



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

**FÚTBOL PARA TODES: HACIA UN ESTUDIO DEL
DISCURSO DEL HINCHA EN REDES SOCIALES**

Autora: Victoria Siano

Legajo: 26316

Mentor: Silvia Ramírez Gelbes

Buenos Aires, 21 de marzo de 2019

Índice

<i>Agradecimientos</i>	3
<i>Introducción</i>	4
Pregunta de investigación	5
Relevancia	5
Marco Teórico	6
Hipótesis	8
<i>Desarrollo</i>	8
Metodología	8
Resultados	22
<i>Conclusiones</i>	31
Limitaciones	31
Evaluación de resultados	32
Implicancias finales	36
<i>Anexo</i>	39
<i>Bibliografía</i>	56

Agradecimientos

A mis padres, por otorgarme la posibilidad de estudiar y ser libre, ayudarme y acompañarme.

A mi hermana, por la paciencia y el apoyo.

A mis profesores de la universidad, por inspirarme.

A mis compañeros y amigos, por estimularme y enriquecer el aprendizaje.



Universidad de
San Andrés

Introducción

De acuerdo con Conde y Rodríguez (2002), “el fútbol en la Argentina puede ser visto como una arena expresiva, donde los actores comunican sus valores y sus orientaciones emocionales a través de prácticas específicas” (p. 94). En eso, coincide Albarces (2007), para quien “el imperialismo expansivo de la cultura futbolística parece capturar todo el orden de lo simbólico.” (p. 171). Para Creedon (1994), “el deporte es una expresión del sistema sociocultural en el que ocurre; y los deportes replican rituales y valores de las sociedades en que se desarrollan.”¹ (p. 3-4).

Meân (2001) agrega que la inclusión de mujeres en este espacio típicamente masculino, “amenaza construcciones identitarias creando un sitio de conflicto de género significativo”² (p. 789). Para Albarces (2007), en ese espacio que era por excelencia el de la configuración de un imaginario masculino, hoy las mujeres empiezan a colarse de manera creciente. Por eso, si de identidades se trata, Meân (2001) asegura, que las mismas se construyen – o al menos tienen expresión - en el discurso.

Asimismo, en tanto discurso, una de las arenas contemporáneas para el desarrollo de tal son las redes sociales. *Twitter*, principal red de *microblogging* a nivel mundial (Rodríguez, 2014), permite a los usuarios expresar opiniones con una limitación de caracteres –140 al momento de este estudio – y depositarlos así, en el espacio público. De acuerdo con Basile y Nissim (2013), “estos micro-textos son una mina preciosa para comprender opiniones de grupos, posiblemente referidas a un tema o producto.”³ (p. 100). Para Gutiérrez-Sanz (2016), *Twitter* incluso recupera el concepto de retórica de la civilización oral de la Antigua Grecia en tanto expresión de opinión ciudadana. Para el

¹ La traducción del inglés es propia.

² La traducción del inglés es propia.

³ La traducción del inglés es propia.

autor, en esta plataforma surge la persona retórica digital que se expresa con discursos fragmentarios.

Pregunta de investigación

Este trabajo se propone explorar las manifestaciones discursivas que colaboran en la construcción de las identidades diferenciadas de género que se producen en torno al fútbol en Argentina en las redes sociales, específicamente en Twitter. En particular, se tendrá en cuenta la variable del género de los sujetos, indagando en su relación con otras variables discursivas a analizar como los signos de puntuación, las mayúsculas y uso de tópicos. Además, se pretenderá esclarecer características discursivas y temáticas de estos textos en particular. Para acceder a este universo, se tomará como objeto de investigación al discurso producido por los sujetos a los que se denominará “hinchas”. El estudio pretenderá establecer, si las hubiere, diferencias entre el discurso de hinchas masculinos y femeninos.

La pregunta de la presente investigación es, entonces, si hay diferencias entre el discurso de hinchas varones e hinchas mujeres en torno al fútbol en la red social Twitter y, si así fuere, cuáles son.

Relevancia

La relevancia de la cuestión se enmarca en develar variables de género en un ambiente, por excelencia, masculino. Como se expresó parcialmente más arriba, Conde y Rodríguez (2002) y Meân (2001) coinciden en que el fútbol constituye un espacio propio de creación y definición de la esfera pública e identidad masculinas. Incluso, para Archetti (1999), la construcción de estas masculinidades tiene algo para decir de la construcción del ideal nacionalista de un país en los márgenes y funciona como mecanismo de exclusión e inclusión.

Marco Teórico

Para abordar la cuestión, en esta investigación se trabajará con un marco teórico relacionado a la sociolingüística, principalmente, y las teorías acerca del discurso femenino, que estudian la afectación de las variables de sexo y género en la configuración lingüística y las inflexiones discursivas en los textos que tienen algo para decir sobre quien los produce.

Serrano (2011) explica que una de las variables extralingüísticas más observadas en la sociolingüística es, a saber, la del sexo o género y que su abordaje fue, en sus inicios, desde dos escuelas, la basada en la diferencia y la basada en el dominio. La primera considera la existencia de diferencias biológicas entre ambos sexos y la segunda, que las diferencias entre géneros⁴ vienen dadas por la sociabilización.

Algunos de los rasgos distintivos que identifica Serrano entre géneros en la literatura que cree en el dominio o sociabilización son la predilección del silencio por parte de las mujeres en ámbitos públicos y de conversación más intensa entre pares. Además, dice que la corriente feminista de la lingüística (Lakoff, 1975) encuentra diferencias en el uso de adjetivos. “Aquellos considerados como neutros (...) son usados tanto por hombres como mujeres; en cambio existen otros exclusivamente femeninos como *encantador, lindo, dulce*.” (p. 66). En la línea ligada a la diferencia o biología, Pinker (2002) argumenta que hay diferencias entre los cerebros masculino y femenino. En el área que compete a este trabajo, argumenta que las mujeres poseen mejor ortografía, recuperan palabras de manera más fluida, tienen mejor memoria para material verbal y experimentan las emociones básicas - a excepción del enojo - de manera más intensa que los hombres. (p. 183-184).

⁴ El empleo del término “género” en detrimento de “sexo” resulta intencional dentro del debate del dominio ya que no se evoca una concepción biologicista que determine los géneros de las personas.

Labov (1983) y Serrano (2011) coinciden en tres puntos fundamentales en relación a la variable social del género en el discurso. Consideran, en primer lugar, el conservadurismo femenino que indica que las mujeres suelen apearse más al uso de las formas estandarizadas o consideradas prestigiosas. El segundo punto en cuestión es el de la obtención de estatus que supone que las mujeres “son más proclives a la tendencia de obtener estatus a través de sus usos lingüísticos adoptando cambios y nuevas formas que consideran más prestigiosas” (Serrano, 2011, p. 69). Por último, el tercer eje de análisis es el de la solidaridad, que considera que el género masculino es menos reactivo que el femenino a adoptar normas típicas de su comunidad de pertenencia en señal de identidad y lealtad. Mientras tanto, la sororidad femenina en el plano lingüístico parece verse reemplazada por una preferencia por las formas consideradas como más prestigiosas. Por consiguiente, si se tiene en cuenta lo que dice Traversa (2014) de que la discursividad se instala en la vida social y se materializa en los cuerpos, el nivel y el modo de participación de las mujeres y los hombres en esta arena discursiva arrojaría información acerca de “cómo la cultura construye mujeres y produce nociones particulares de género, sexo y diferencia examinando un caso donde estos procesos ideológicos se representan”⁵. (Boutilier y SanGiovanni, 1994, p. 209).

El estudio se centrará en buscar variaciones del tipo del lecto (Halliday, 1982) entre las manifestaciones discursivas a estudiar. Es decir, se buscan entender distintos modos de producir discurso que son relativamente permanentes para un hablante. En particular, este trabajo pretende centrarse en el sociolecto que indica modos propios del género.

⁵ La traducción del inglés es propia.

Hipótesis

A partir de los antecedentes y el marco teórico, este trabajo tiene como hipótesis de tipo cuantitativa que, efectivamente, existen diferencias entre el discurso de hombres y mujeres en la temática de fútbol en su calidad de hinchas en la red social Twitter. Sin embargo, aun cuando la hipótesis nula se probase correcta, el estudio sería relevante ya que arrojaría información descriptiva y conductual del hincha.

Desarrollo

Metodología

Para investigar la pregunta en cuestión, este trabajo pretende utilizar una metodología de exploración preliminar realizando un análisis de contenido sistemático de un corpus de *tuits* provenientes de usuarios en español localizados en Argentina acerca de la temática del fútbol. La elección de este tipo de metodología para la investigación se enmarca en lo explicado por Krippendorff (2004) acerca del análisis de contenido. Este abordaje se utiliza para realizar inferencias replicables y válidas en una serie de textos. Dada la necesidad de trabajar con un corpus extenso y de productores diversos, se requiere poder trabajar de una manera que permita estudiar todos los textos de manera análoga. La relevancia de Twitter surge a partir de su capacidad de capturar la arena de la opinión pública (Basile y Nissim, 2013; Gutiérrez-Sanz, 2016).

En vistas de lo manifestado por Conde y Rodríguez (2002) acerca de que los Mundiales de Fútbol y partidos de las selecciones nacionales representan una excepción a la regla en cuanto a comportamiento a su alrededor y cobertura mediática, se trabajará con discursos sobre el campeonato local que parecerían ser más representativos del proceder normal del hincha. Se trabajará, entonces, con el torneo de Primera División de

la AFA (Asociación de Fútbol Argentino), Superliga 2017/2018. Por supuesto, no resulta asequible trabajar con todos los tuits en esta temática ni durante la totalidad de la duración del torneo. Por eso, el recorte será en torno a un partido y una fecha en particular. La elección, en este caso, radica en el que es probablemente el partido que más atracción genera en la competencia. Se trata del enfrentamiento entre los clubes Boca Juniors y River Plate. Como indica Martínez de León (2005), estos son los dos equipos más populares de la Argentina y al cruce entre ambos se lo suele denominar Superclásico. Si bien ambos equipos tienen su sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de acuerdo con un estudio realizado por la consultora Equis (AA.VV., 2006), sus simpatizantes se extienden por todo del país y el Superclásico se vuelve relevante incluso para quien no es aficionado de estos. Prueba de ello, es el elevado rating que tuvo la emisión de este partido en la televisión argentina – 14,87 puntos (Blaiotta, 2017) - y la amplia cobertura internacional que suscita.

El partido en cuestión se disputó el día domingo 5 de noviembre de 2017 en el Estadio Monumental Antonio Vespucio Liberti de River Plate y su resultado fue de dos goles a uno en favor del visitante Boca Juniors. El arbitraje estuvo a cargo de Néstor Pitana⁶. Para el corpus de análisis se tomaron todos los tuits al respecto producidos durante el día siguiente al enfrentamiento, es decir, el lunes 6 de noviembre del mismo año. El lunes, en el imaginario futbolero, es el día, por excelencia, en el cual se debaten y comentan los partidos - de ahí, la popular frase “con el diario del lunes...”

Para la recopilación del corpus de tuits a analizar, se realizó una búsqueda retrospectiva en la web de Twitter por palabras clave, recorte temporal e idiomático. Las palabras utilizadas fueron “boca” (nombre de uno de los clubes), “boquita” (apodo cariñoso del mismo club), “bostero” (denominación despectiva del hincha de Boca),

⁶ Ver: <http://www.saf.com.ar>

“xeneixe” (denominación más afectiva del hincha de Boca), “river” (nombre del otro club), “gallina” (denominación despectiva del hincha de River), “millonario” (denominación más afectiva del hincha de River), “millo” (abreviación de la anterior denominación), “riber” (denominación despectiva del nombre del club River, reemplazando la tercer letra en referencia a su paso por la Segunda División). Se excluyeron, además, las palabras “#OTgala2” (etiqueta que refiere a la segunda gala del certamen musical televisivo de España Operación Triunfo), “cepeda” (apellido de la participante Luis Cepeda de dicho programa) y “cala” (palabra en portugués que significa “calla” que aparecía junto a “boca” y no era excluida por el filtro de idioma español).⁷

En definitiva, se procuró prescindir de aquellos tuits que aparecieran en la búsqueda por contener alguna de las palabras claves pero que no estuvieran relacionados al fútbol. Principalmente, por la palabra “boca” que, además de ser el nombre propio que interesa, es un sustantivo común. También se excluyeron tuits que procedían de cuentas aparentemente institucionales, es decir, que no pertenecían a personas particulares que puedan ser consideradas como hinchas. Se trata de cuentas de radios, periódicos, canales de televisión y medios de comunicación partidarios.

A continuación, se muestran ejemplos de tuits que fueron descartados por ser considerados como ruido. El de la figura 1 aparece en la búsqueda por contener la palabra “boca”. Utiliza la expresión “boca a boca” para referirse a una campaña política en Colombia. (Guia, 2017). Por su parte, el tuit de la figura 2, pertenece a la cuenta institucional de una radio de la localidad de La Plata en la provincia de Buenos Aires (Nuevos Aires FM, 2017).

⁷ La exclusión de estos términos se realiza en pos de evitar “ruido” entre el corpus estudiado. Los tuits que utilizan aquellas palabras, no son relevantes al análisis en cuestión y podrían distorsionar los resultados.

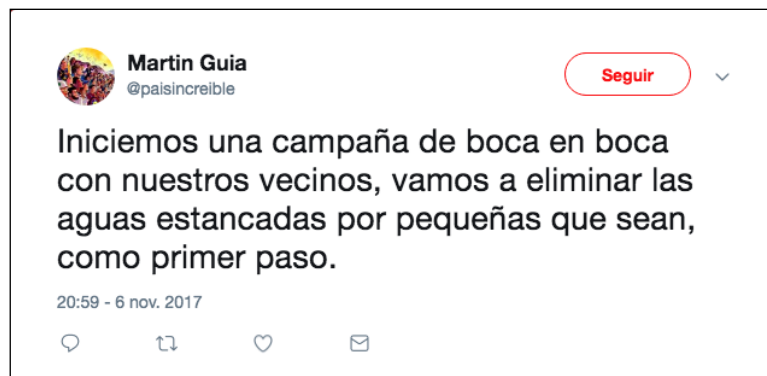


Figura 1. Tuit descartado.



Figura 2. Tuit descartado.

Como producto, se obtuvo un corpus de novecientos cuarenta tuits ($n=940$). Cada uno de ellos constituye una unidad de análisis. Se podría decir que no se trata de un muestreo ya que el corpus comprende la totalidad de tuits existentes que cumplen con las características pretendidas. Sin embargo, sí se trata de una muestra de la totalidad de producción de discurso que hay en Twitter en materia de fútbol argentino.

En cuanto al libro de códigos, las categorías para la realización del análisis de contenido replicable a todas las unidades de análisis se establecieron a partir de la lectura del corpus. Se determinaron catorce categorías que pueden ser contestadas de manera binaria.

La primera categoría - que será tomada como única variable independiente - es la del **género presunto del personaje**. El género del productor del tuit se establecerá a partir de una suposición por el nombre de usuario o el *avatar*⁸ utilizado. En muchos casos, se recurre a la descripción biográfica en su perfil y otros tuits que hayan redactado para constatar. Aun así, tampoco se puede inferir que ese sea efectivamente el género de la persona detrás del usuario. Por eso este trabajo se referirá a “personajes masculinos” y “personajes femeninos”, incluso cuando se los mencione como “hombres”, “mujeres”, “tuiteros” o “tuiteras”, que se asumen como tales en la construcción de ese perfil en Twitter. En este caso, se trabajó con dos géneros, el femenino y el masculino. Se trabaja con géneros, aceptando, como indica Serrano (2011) que “el sexo biológico de los habitantes no define o condiciona el uso de una u otra forma lingüística; es el valor social que tiene o adquiere esta categoría biológica en cada cultura o sociedad lo que puede conllevar diferencias asociadas al sexo.” (p. 63).

En segundo lugar, se inquirió acerca del **uso o no de adjetivos subjetivos**. La elección de esta categoría radica en que los “adjetivos subjetivos son la marca más evidente y superficial —es decir, de la superficie del texto— de la intervención de la subjetividad en el discurso” (Ramírez Gelbes et. al., 2018, p. 50). Para su identificación se utilizó la categorización de Ramírez Gelbes et. al. (2018). La inclusión de esta variable pretende tomar en cuenta la acción subjetiva en la producción del texto. Los adjetivos

⁸ Se le dice avatar a la foto de perfil de un usuario en Twitter.

subjetivos pueden resultar una marca del autor en el texto en detrimento de la objetividad.

En la figura 3 se puede observar este uso.



Figura 3. Tuit 279. “Reapareció mi vecino con la camiseta asquerosa esa, yo con la mia de River como siempre, no necesito ganar algo para ponermela. DIFERENCIAS.” Ejemplo de tuit con adjetivo subjetivo (“asquerosa”). (Fxx, 2017)

La tercera categoría, consiste en la **inscripción o no del enunciador**. Es decir que pretende identificar si está presente o ausente la voz de quien produce el texto. Esta variable de estilo podría dar cuenta de un significado referencial (Lavandera, 1978), es decir, que podría otorgar información del sujeto locutor para con su audiencia, como ilustra la figura 4 en la que el tuitero habla de su propia experiencia.

En cuarto lugar, se busca identificar la **inscripción o no del enunciatario**. En este caso, lo que se pretende ver es si el texto hace alusión a algún destinatario, ya sea real o figurativo. En otras palabras, esta categoría busca identificar si el *tuitero* le está hablando a alguien, como en la figura 5 donde se dirige al ex árbitro y panelista deportivo Pablo Lunati, o si simplemente está emitiendo una reflexión en la red. Estas categorías pretenderán explicar si el modo de hablar sobre fútbol en Twitter toma un carácter más de tipo anónimo, conversacional o simples enunciaciones en el vacío de la red.



Figura 4. Tuit 884. “Me resulta francamente insostenible mantener la compostuea durante un partido contra River, felicito a la gente que puede hacerlo. Yo no.” Ejemplo de tuit con inscripción del enunciador. (Sebastián, 2017)



Figura 5. Tuit 758. “Los clásicos no se merecen ni se juegan bien. Los clásicos SE GANAN y eso es lo que hizo ayer Boca. A llorar a la Iglesia @PabloLunati22”. Ejemplo de tuit con inscripción del enunciatario. En este caso, el árbitro del partido, Pablo Lunati. (Benitez, 2017)

La quinta categoría identifica el **uso excesivo de letras mayúsculas**. Este uso se refiere a aquel que va más allá del uso reglamentario de las mismas. En general, esto suele tener que ver con la necesidad de enfatizar cierta palabra, oración o párrafo. En esta categoría se considera como afirmativo al tuit si hay al menos una palabra escrita completa en letras mayúsculas. A propósito, Wohn y Na (2011) en su estudio de los tuits de televidentes estadounidenses, consideran el uso excesivo de mayúsculas como una marca emocional de un tuit. Como indican los autores mencionados, el uso de este recurso sirve para mostrar marcas emocionales y de subjetividad. Estas, pueden ser ilustrativas a la hora de demostrar formas de hablar o tópicos utilizados. Tuits que usan este recurso pueden ser observados en las figuras 3 y 5.

En sexto lugar, se analiza el **uso o no de malas palabras**. Por malas palabras se entiende a los vocativos insultativos (Ramírez Gelbes y Estrada, 2003). En algunos casos, ciertos vocativos de esta clase están incluidos dentro de otras expresiones que también se incluyen, como por ejemplo “la puta que te parió”. También se trata de palabras de origen sexual o escatológicas que no podrían ser utilizadas, por ejemplo, en un contexto formal. Un ejemplo de esta expresión podría ser la expresión “romper el culo”. Enunciados así se entienden como malas palabras también. En la figura 6 se observa cómo el tuitero utiliza el vocativo “pija” para referirse al pene y la frase “cogerse a las gallinas⁹” (Escudero, 2017) haciendo una alegoría entre una violación y un triunfo deportivo.

⁹ El término “gallina” se utiliza para denominar a los hinchas de River Plate de manera despectiva en referencia a la supuesta cobardía del equipo.



Figura 6. Tuit 437. “Capaz que Boca no brilla, pero que le saca lustre a la pija de tanto cogerse a las gallinas en el Mudomental, no hay dudas!”. Ejemplo de tuit con uso de malas palabras.

(Escudero, 2017)

La séptima categoría, busca identificar qué tuits **usan signos de puntuación**, tanto normativos como de enfatización. El tuit de la figura 6 emplea ambos: las comas después de “brilla” y “Mudomental” y el signo de exclamación final (Escudero, 2017). El uso correcto de los signos de puntuación puede dar cuenta de un texto con mayor producción y cuidado. El uso medido o excesivo de signos de exclamación y pregunta también podrían denotar mayor involucramiento emocional del tuitero. Esta variable podría dar cuenta del nivel de distancia emocional del tuitero con respecto a los hechos que se relatan, cuestión que tiene sentido si se tiene en cuenta, como se mencionara anteriormente, las pasiones que el fútbol involucra en la sociedad argentina.

Las próximas cinco categorías refieren a la **inscripción temática** del tuit. Si bien pueden existir otras que no se hayan tenido en cuenta, las utilizadas respondieron bien al corpus y ninguna de las unidades de análisis debió quedar desierta. Se tomaron en cuenta las temáticas **irónica, informativa, política, humorística y emocional**. La temática irónica refiere al uso del recurso de la ironía para expresar una opinión que subyace al texto (ver figura 7). La informativa inscribe a aquellos tuits que pretenden expresar o

preguntar por información objetiva (ver figura 8). La temática política corresponde cuando los tuits hacen referencia a cuestiones de política futbolística, audiovisual, nacional o local y no necesariamente con la cuestión deportiva (ver figura 9). Por su parte, en la humorística se anotan los textos que tienen como fin hacer reír a los lectores (ver figura 10). Por último, los tuits emocionales son los que expresan emociones del productor: estas pueden ser de enojo, alegría, conmoción, etc. (Ver figura 11).



Figura 7. Tuit 15. “Jajaj no sé cómo sos vos, si sos de los que desaparece en las malas, bastante agenda llena tenemos todavía 🙄 sigan con el campeonato trankk”. Ejemplo de tuit que se inscribe en la temática irónica. (Morchy, 2017)



Figura 8. Tuit 387. “@3TIEMPO Boca Superliga: → LÍDERES → INVICTOS → PASO PERFECTO → 8 triunfos en 8 PJ → Mejor ofensiva y defensiva → Líder goleo/asistente.”

Ejemplo de tuit que se inscribe en la temática informativa. (Chacin, 2017)

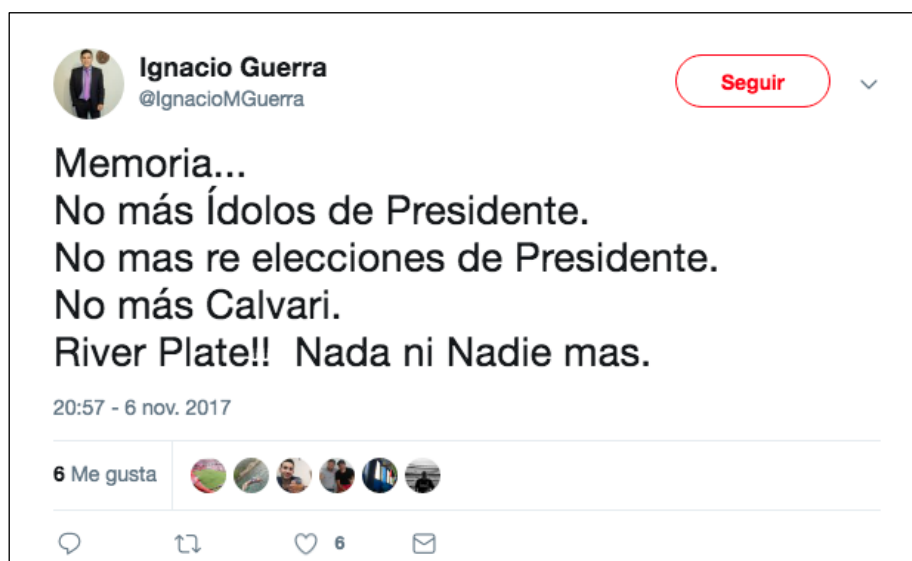


Figura 9. Tuit 42. “Memoria... No más Ídolos de Presidente. No mas re elecciones de Presidente. No más Calvari. River Plate!! Nada ni Nadie mas.” Ejemplo de tuit que se inscribe en la temática política. El tuitero hace referencia la presidencia de Daniel Passarella del club River Plate y al periodista Pablo Calvari. (Guerra, 2017)



Figura 10. Tuit 799. Ejemplo de tuit que se inscribe en la temática de humor. El video es un extracto de una entrevista que dio la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner en el que se la escucha decir “Sí, absolutamente. Sí, absolutamente. Vos sabés que sí. Vos sabés que sí. Vos sabés que sí.” (Ezequiel, 2017)

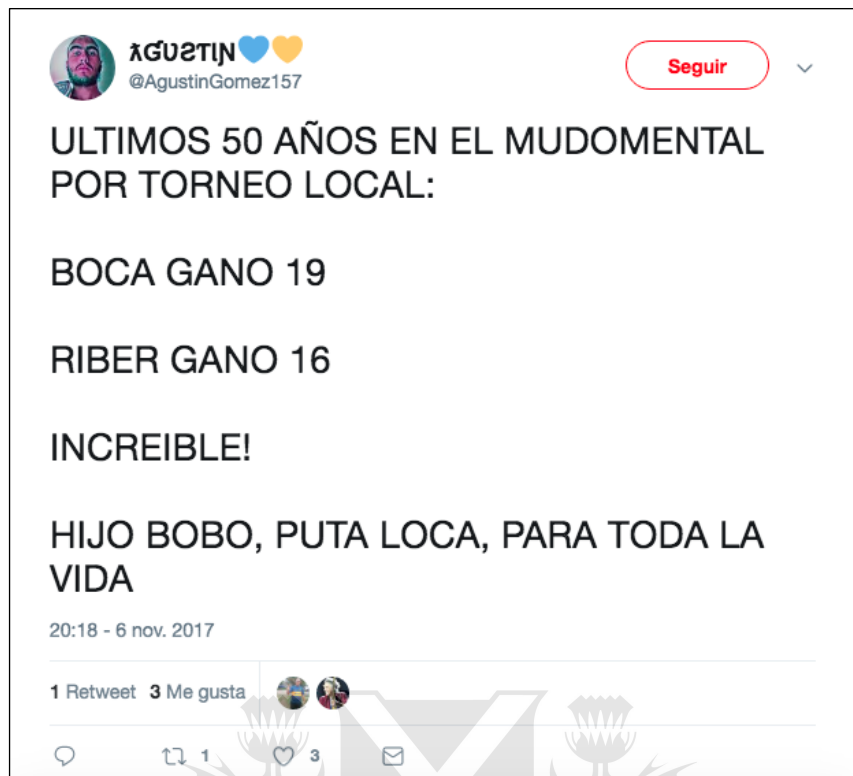


Figura 11. Tuit 590. “ULTIMOS 50 AÑOS EN EL MUDOMENTAL POR TORNEO LOCAL: BOCA GANO 19 RIBER GANO 16 INCREIBLE! HIJO BOBO, PUTA LOCA, PARA TODA LA VIDA”. Ejemplo de tuit con mayúsculas excesivas e inscripción temática emocional. (Agustín, 2017)

Por último, las dos categorías finales hacen referencia a tópicos empleados. Como indica Ramírez Gelbes (2009), esta modalización tópica es entendida como “asociaciones semánticas” que evocan otros universos contribuyendo, así, a la construcción de la imagen del enunciador y a su actitud frente al enunciado. A propósito, “los tópicos son campos de significado plausibles a los que se asocian determinadas ideas con el objeto de producir adhesión por parte de los destinatarios” (Ramírez Gelbes, 2009, 109).

Nuevamente, si bien es probable que haya más tópicos presentes en el discurso de los hinchas de fútbol en redes sociales, se eligieron las dos siguientes por su popularidad entre el corpus. Primeramente, está el tópico sexual y escatológico (ver figuras 6 y 10).

En segundo lugar, y como última categoría del libro de códigos, está el tópico de la muerte (ver figura 12).



Figura 12. Tuit 591. Ejemplo de tuit que utiliza la metáfora de la muerte. El hombre del video se pasea con un cajón que contiene a un maniquí con camiseta de River y la primera plana del diario de ese día. Mientras, exclama entre sollozos actuados y risas “¡Está muerto! ¡Está muerto!” y golpea los cachetes del muñeco. (Simone, 2017)

Para garantizar fiabilidad, se solicitó ayuda a dos codificadores externos que trabajaron, cada uno, sobre distintas partes del corpus. Se comparó el grado de coincidencia con la codificadora principal, que resultó casi absoluto.

Resultados

Como se mencionó anteriormente, se trabajó sobre novecientos cuarenta tuits. Los resultados se expondrán por categoría, comparando, en cada una, los resultados a nivel global y el desagregado por género.

En primer lugar, existe una gran diferencia entre la proporción del total de los 940 tuits que componen el corpus que fue producida por personajes femeninos y masculinos: el 18,72% por “mujeres” y el 81,28% por “hombres”.



Figura 13. Porcentaje del total de tuits que fueron producidos por personajes masculinos vs. personajes femeninos. n=940

La segunda categoría de análisis, acerca de los adjetivos subjetivos, muestra que, a nivel global, un 32,55% de los tuits emplean palabras de este tipo. Por su parte, los hombres lo hicieron en un cercano 32,75% y un 31,82% de las mujeres también.

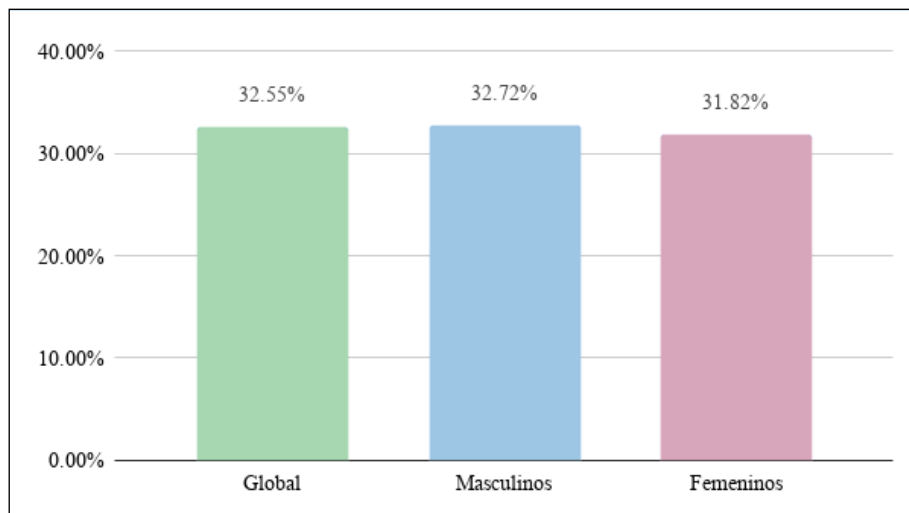


Figura 14. Porcentaje del total de tuits que emplean adjetivos subjetivos vs. el total de los producidos por hombres y mujeres que lo hacen.

En la tercera categoría, las diferencias entre hombres y mujeres son mayores que en la categoría anterior. En este caso hay casi 13 puntos porcentuales de distancia entre uno y otro, teniendo los personajes femeninos la delantera. El 34,26% de todos los tuiteros inscribió el enunciador en el texto. Un 31,81% de los masculinos lo hicieron y un 44,89% de las mujeres.

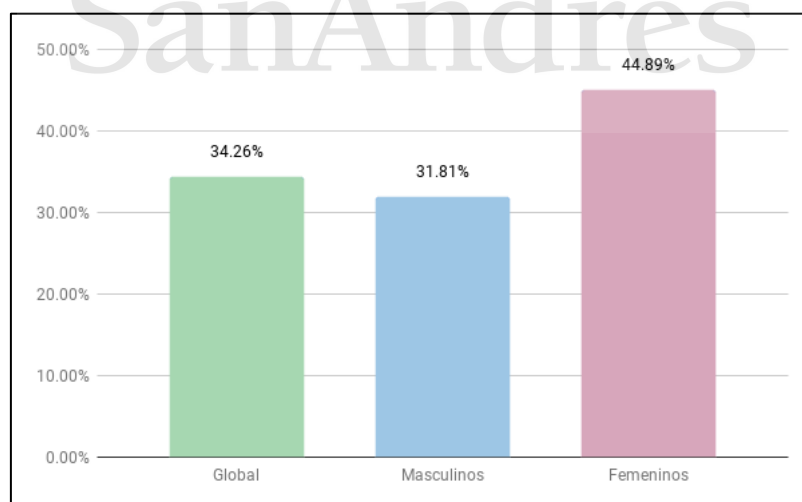


Figura 15. Porcentaje del total de tuits que inscriben al enunciador subjetivos vs. el total de los producidos por hombres y mujeres que lo hacen.

En la cuarta categoría, quienes inscriben al enunciatario entre el total de los productores de discurso representan un significativo 50,96%. Entre los hombres, el porcentaje es casi el mismo: 51,83%. Las mujeres lo hacen apenas un poco menos, el 47,16%.

Se infiere, además, entre el cruce de la tercera y cuarta categorías que hay un 13,51% de tuiteros que inscriben tanto al enunciador como al enunciatario. Dentro de ese universo, el 21,26% son mujeres y el 78,74% son hombres. En la figura 17 se puede ver un ejemplo de un tuit de este tipo.

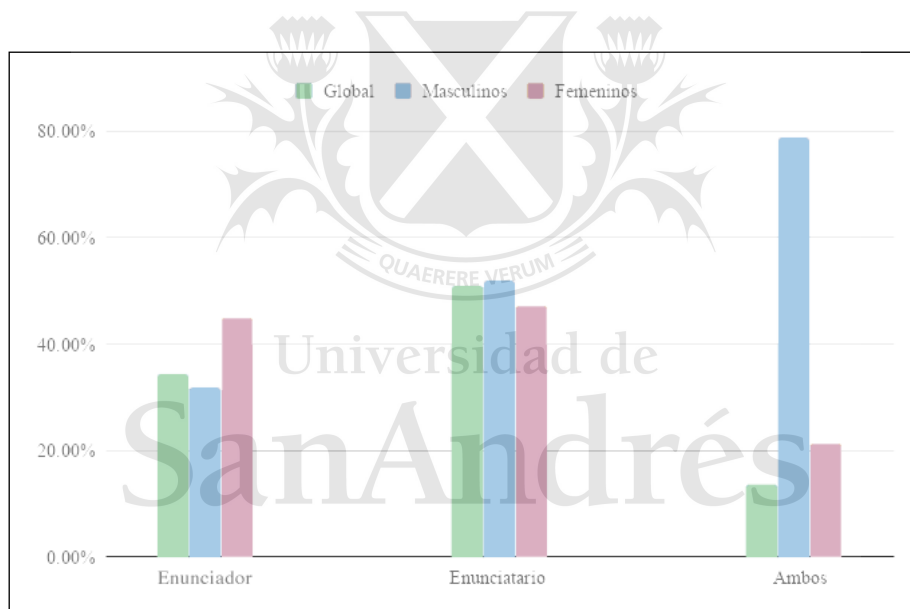


Figura 16. Porcentaje del total de tuits que inscriben al enunciador, el enunciatario y ambos.

Comparación entre global, hombres y mujeres.

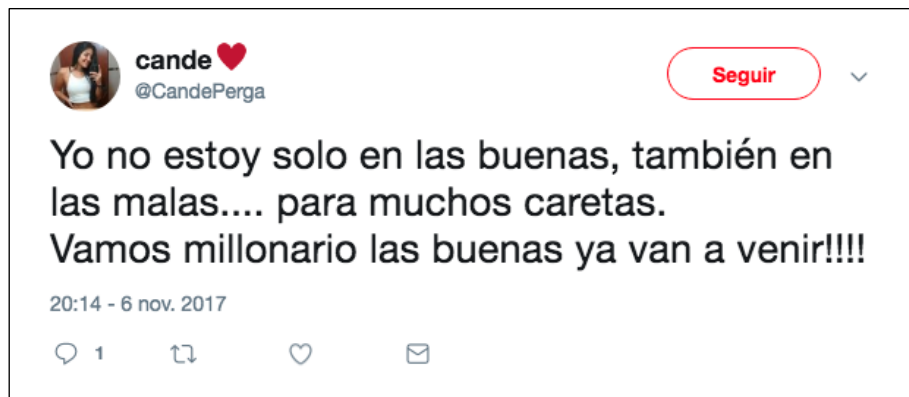


Figura 17. Tuit 598. “Yo no estoy solo en las buenas, también en las malas.... para muchos caretas. Vamos millonario las buenas ya van a venir!!!!”. Ejemplo de tuit con inscripción del enunciador y el enunciatario. El segundo es, en este caso, el “millonario”. (Perga, 2017)

La quinta categoría, la que refiere al uso “excesivo” de las mayúsculas, presenta números distintos entre el universo global, el masculino y el femenino. Vale destacar también que el porcentaje global es algo bajo: sólo un 14,15% de los tuits estudiados las utilizan. Entre las mujeres, ese porcentaje asciende al 21,02%. En el caso de los hombres, desciende a un 12,57%. Ver figura 17. Asimismo, teniendo en cuenta a Wohn y Na (2011), es relevante evaluar la relación entre esta variable y la de la temática emocional. Un tuit que entraría en esta clasificación es el que puede observarse en la figura 11. En este caso, de entre el total de los tuits del corpus que utilizan mayúsculas, un 57,9% son de temática emocional¹⁰. Ver figura 19.

¹⁰ Se entiende como “emocional” a un tuit que expresa sentimientos y/o pasiones respecto al tema. De acuerdo con los resultados y lo manifestado por los autores, se comprende que el uso de mayúsculas es una marca de emocionalidad también.

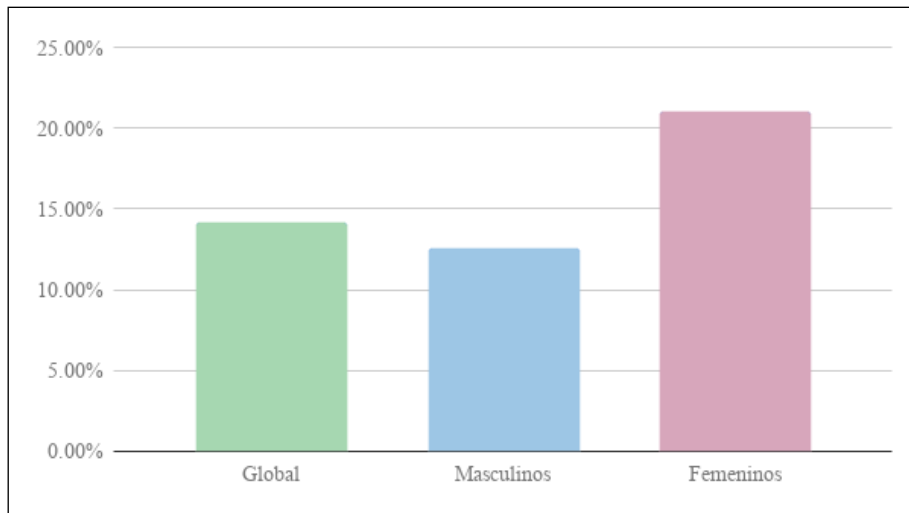


Figura 18. Porcentaje del total de tuits que utilizan mayúsculas vs hombres y mujeres que las utilizan.



Figura 19. Clasificación temática de los tuits que usan mayúsculas.

Una de las categorías más interesantes, para la autora de esta tesis, es tal vez la número seis, que refiere al uso de malas palabras. En el imaginario colectivo, este recurso está asociado al campo de la pasión futbolera y, de acuerdo a las normas de educación antiguas y conservadoras (ver Ramírez Gelbes et al., 2004), a los hombres. Aquí, si bien no son profundas, hay diferencias entre los personajes masculinos y los femeninos. A

nivel global, los tuits que emplean este tipo de palabras representan un 14,89% del total. Entre los tuits provenientes de usuarios hombres, el número asciende a un 15,71% y, entre las mujeres, la proporción cae a un 11,36%.

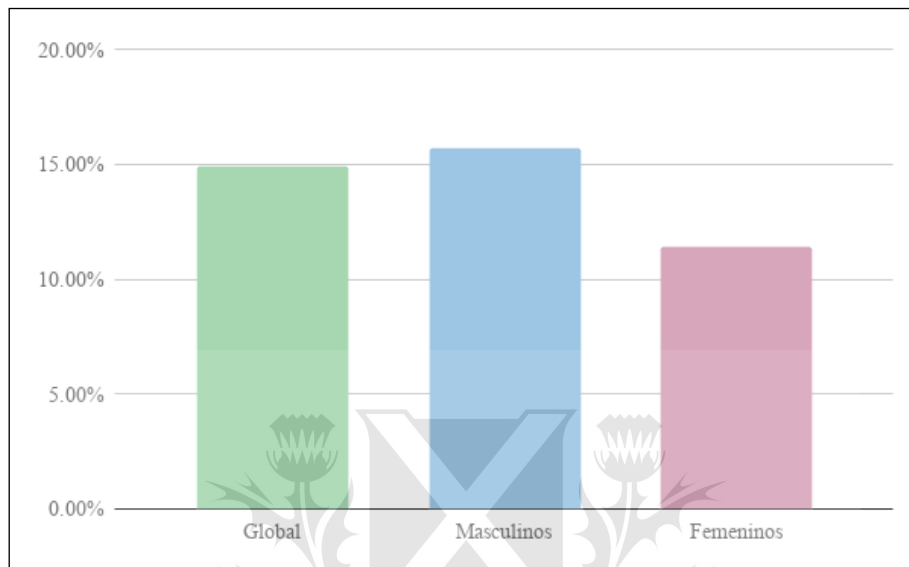


Figura 20. Porcentaje del total de tuits que utilizan malas palabras vs hombres y mujeres que las utilizan.

La séptima categoría, la que toma en cuenta los signos de puntuación, presenta ciertas ambigüedades. Por un lado, a solas, el uso de signos de puntuación no presenta demasiadas diferencias a nivel de población total, población masculina y población femenina. Entre todos los tuits, un 36,17% usa estos signos. Un 35,73% de los hombres realiza esta práctica y un 38,07% de las mujeres. Ver figura 21.

Por otra parte, esta categoría amerita cruzarse con otras dos por distintas razones. Teniendo en cuenta a la utilización de signos de puntuación como marcas de un texto más elaborado, resulta relevante la relación de esta categoría con la de la temática informativa. Esta estadística podría ofrecer información acerca del porqué del uso de signos de puntuación. En el caso de que existan muchos tuits de la temática informativa que hacen uso de los signos de puntuación, se podría inferir que estas marcas de escritura se utilizan

para mostrar cierta seriedad u objetividad pretendida (como el tuit de la figura 8). En segundo lugar, en cambio y a modo de comparación, si los signos de puntuación se entienden como herramientas de enfatización del discurso, el vínculo con los tuits de temática emocional es notable de ser observado (ver tuit de la figura 6). En este caso, de los 340 tuits que utilizan signos de puntuación, 84 son de temática informativa y 164 emocional. Ver figura 22. En el caso de los informativos, preponderan los dos puntos, los puntos y las comas. Mientras que, en los emocionales, los de exclamación e interrogación.

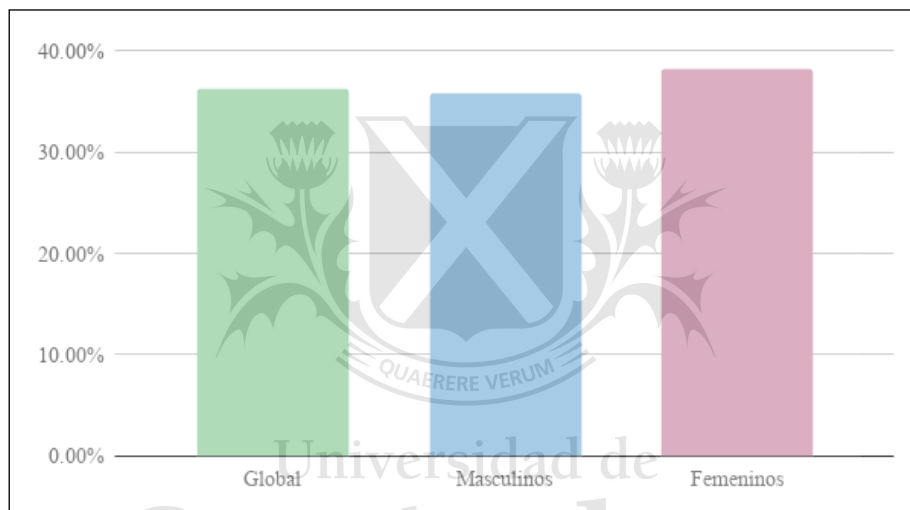


Figura 21. Porcentaje del total de tuits que utilizan signos de puntuación vs. el porcentaje de hombres y mujeres que los utilizan.

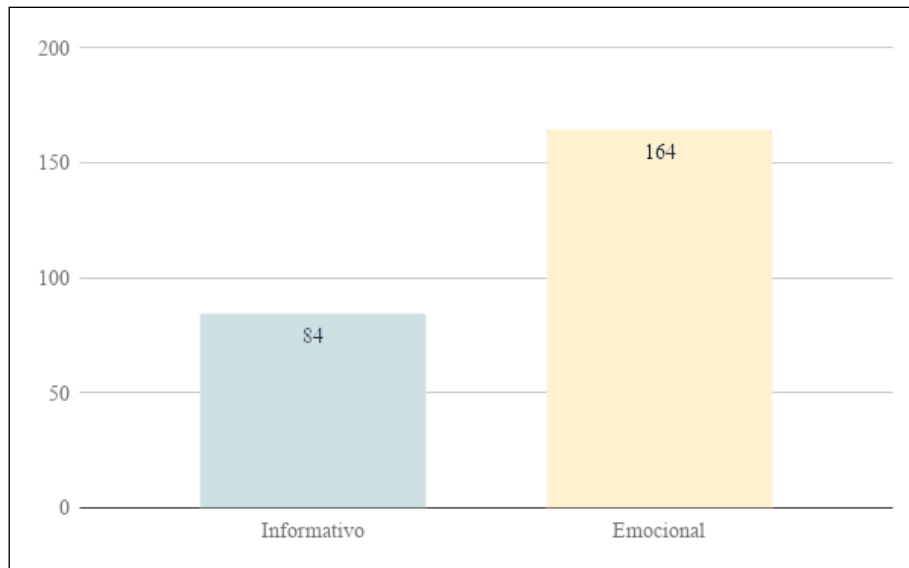


Figura 22. Cantidad de tuits con uso de signos de puntuación que se clasifican en las categorías informativa y emocional.

Las siguientes cinco categorías, que son las que refieren a la clasificación temática, presentan muchas diferencias entre sí. Cabe aclarar que los tuits pueden ser inscriptos bajo más de una de las temáticas por ser de tipo mixto. En todas las temáticas coincide el orden en que se ubican el total, los masculinos y los femeninos. La temática más popular es la emocional con un 51,06% de los tuits globales. También esta es la que más usan los hombres (48,82%) y las mujeres (60,80%). En segundo lugar, la temática a la que más tuits se inscriben es la informativa con un 30% del total. Los hombres fueron informativos en un 30,76% de los casos y las mujeres en un 26,7%. En tercer lugar, queda la temática irónica que en el total de los tuits representa un 22,98%, en los hombres un 23,82% y en las mujeres un 19,32%. El antepenúltimo puesto le corresponde a la temática del humor con un 13,4% del total, un 12,83% por parte de los hombres y un 15,91% de las mujeres. En el quinto y último lugar queda ubicada la temática política con 4,68% del total, un 5,1% de los personajes masculinos y un escaso 2,84% de las tuiteras femeninas.

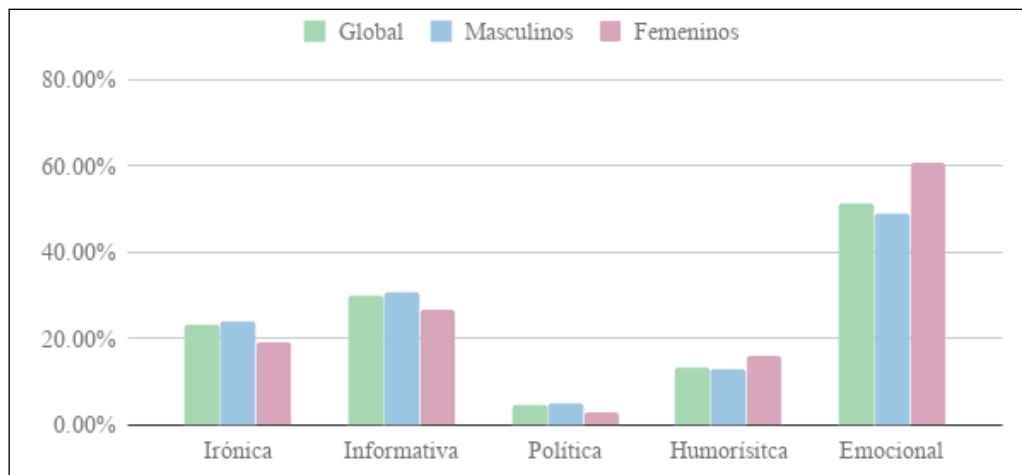


Figura 23. Porcentaje de tuits que se inscriben en cada clasificación temática (irónica, informativa, política, humorística y emocional), tanto a nivel global, como hombres y mujeres.

Finalmente, a nivel global, los tuits con uso del tópico sexual y/o escatológico son un 12,45% del total. Por su parte, entre los tuits producidos por personajes masculinos, ese número es superado y alcanza un 13,09%. En cambio, las mujeres utilizan este tópico en menor proporción, ya que entre sus tuits sólo lo hace el 9,66%. En tanto, la muerte parece ser menos popular estando presente en sólo el 3,19% de los tuits. Esta tendencia se mantiene similar en hombres y mujeres que utilizan este tópico en un 3,14% y 3,41%, respectivamente.

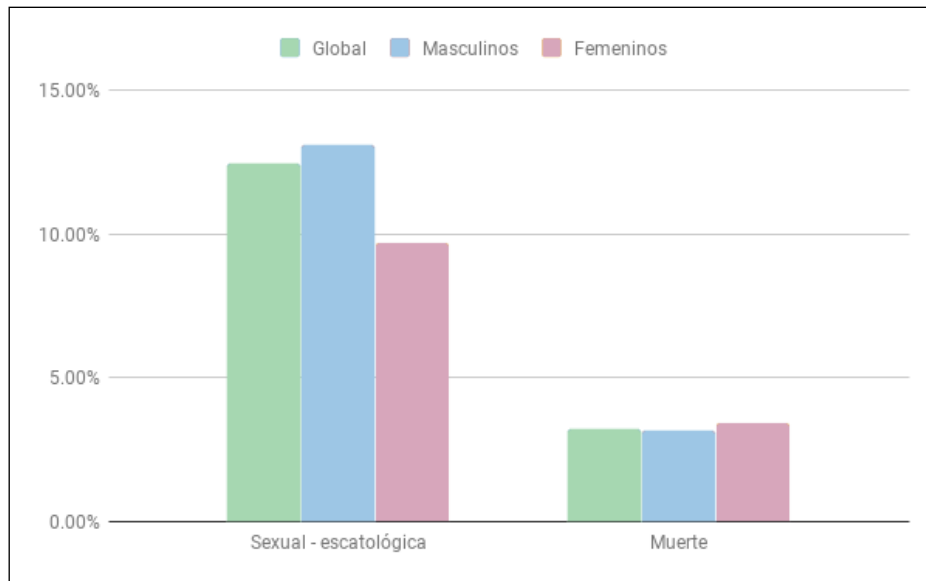


Figura 24. Porcentaje de tuits que se inscriben en cada tópic (sexual-escatológico y de muerte), tanto a nivel global, como hombres y mujeres.

Conclusiones

Limitaciones

Está claro que, si bien los resultados son ilustrativos, no se pueden sacar, a partir de ellos, grandes conclusiones a nivel social, sino solo sugerencias. Es cierto, en adición, que el anonimato de las redes sociales acarrea una construcción virtual de identidades que pueden diferir de aquello que ocurre en la vida real. Además, el presente estudio hace un recorte binario de los géneros de los tuiteros. Es decir que, si hubiera identidades no binarias, estas habrían quedado fuera de consideración.

Por otro lado, podría ocurrir que la fecha del Superclásico se trate de un evento extraordinario al igual que indicaban Conde y Rodríguez (2002) acerca de los partidos de la Selección Argentina en Copas del Mundo. La diferencia entre estos dos casos es que, en el primero, hay mucha más regularidad y cotidianeidad en el enfrentamiento de hinchadas en tanto, en la disputa de los partidos, Boca y River se enfrentan, al menos, dos

veces al año. Las identidades partidarias de los clubes están presentes constantemente, mientras que la nacional se fortalece (o reflora) cada cuatro años durante los Mundiales. Sin embargo, en esta línea, la presunción solo podría ser comprobada con una futura investigación similar que haga otro recorte temporal y/o partidario que sirva de grupo control. En cuanto a otras investigaciones futuras, podría ser también de interés estudiar el fenómeno actual desde una metodología diferente y alcanzar la metodología mixta – es decir, cualitativa y cuantitativa - que algunos autores, como Creswell (2013), recomiendan.

Evaluación de resultados

A partir de los resultados de la investigación que se detallaron anteriormente, se pueden realizar unas cuantas inferencias. En primer lugar, queda claro que la arena discursiva en cuestión –Twitter en los efectos del Superclásico– es, mayoritariamente, terreno de personajes masculinos. Estas construcciones identitarias verifican lo que Conde y Rodríguez (2002), Albarces (2007) y Archetti (1999) manifiestan en cuanto al fútbol como escenario de construcción de masculinidades. Sea como fuere, su participación en términos cuantitativos, al menos en el discurso, las mujeres participan en menor medida. Sólo un escaso 18,7% de los tuits analizados fueron producidos por personajes femeninos. Esto parecería ir en concordancia con la predilección femenina por el silencio que define Serrano (2011), pues, de acuerdo con el diario La Nación, un 89% de las mujeres argentinas se declara hincha de algún club. (“El 39% es hincha de Boca y el 26% de River”, 2004). Por supuesto, esto tiene sentido si se asume que no hay ninguna otra variable que restrinja a las mujeres de tuitear sobre el tema.

En términos de comprobación de la hipótesis de este trabajo, resulta menester, entonces, analizar lo que los resultados arrojan sobre la índole de los textos producidos por “mujeres” en comparación a los que provienen de “varones”. Si evaluamos a la

subjetividad a través de la variable del uso de adjetivos no objetivos, es evidente que aquí no se presentan casi diferencias entre un grupo y otro lo cual impide verificar la teoría de Lakoff (1975) acerca del uso diferenciado de adjetivos entre hombres y mujeres. Además, en términos porcentuales, el empleo de los adjetivos subjetivos resulta, en este corpus, más alto que el que registran Ramírez Gelbes, et. al, (2018) en la prensa escrita de Argentina – aun cuando esta se muestra más subjetiva de lo que las prescripciones del campo requieren. Es decir que, si bien este tipo de adjetivos no son las únicas marcas de subjetividad de un texto, y tomando como vara el nivel de uso en la prensa, es posible afirmar que el corpus analizado tiene una gran carga de parcialidad de manera inequívoca tanto en hombres como en mujeres.

En términos de enunciación, a partir de los cocientes se puede entender que, como inscriben al enunciador en mayor medida, las mujeres son un tanto más autorreferenciales que sus contrapartes masculinas. En otras palabras, los personajes femeninos introducen más el “yo” que los masculinos. En cuanto a la inscripción del enunciatario no se observan grandes diferencias entre los grupos, pero sí todos presentan niveles elevados de este comportamiento. Es decir, que la inscripción de un interlocutor para expresarse en torno al fútbol resulta ser una práctica común en la población global. Sin embargo, a la hora de analizar aquellos tuits que inscriben enunciador y enunciatario a la vez, se observa una gran predilección de los hombres por esta práctica. Esto podría indicar que los hombres son, en este campo, mucho más plausibles de emprender conversaciones directas y personales – ya sea con otros usuarios de la red social Twitter o en términos figurados - que las mujeres. Como han sabido mostrar Conde y Rodríguez (2002) en los testimonios de su investigación, los varones no tienen demasiado respeto por la opinión de una mujer en cuanto al fútbol y no se muestran propensos a entablar un debate con ella. A propósito, las autoras explican que los masculinos les niegan la capacidad de poseer conocimientos


sobre el deporte y una real pasión por el mismo. “Aunque puedan participar y hasta disfrutar de este deporte, difícilmente serían percibidas y se percibirían ellas mismas como alcanzando los estadios emocionales que revisten las prácticas de los varones.” (p. 100). En efecto, podría estar dándose un mecanismo de autocensura por parte de las mujeres a la hora de entablar conversaciones en la red sobre fútbol por percibir la exclusión o, incluso, opresión por parte del género opuesto. Asimismo, la autorreferencialidad podría estar funcionando como un mecanismo de defensa en condiciones de supuesta inferioridad dada por los prejuicios culturales que Conde y Rodríguez (2002) describen.

Después de lo cual, en cuanto a las mayúsculas, los resultados sugieren que su uso extraordinario suele estar abonado a la temática emocional en concordancia con lo postulado por Wohn y Na (2011). De igual manera, aunque con menos contundencia, se infiere que los signos de puntuación son también una marca que los usuarios utilizan para mostrar emoción. Respecto a su empleo, son las mujeres las que recurren a las mayúsculas excesivas en mucho mayor medida que los personajes que se entienden como masculinos. En el caso del empleo de signos de puntuación, tanto normativos como de enfatización, la tendencia favorece levemente a las tuiteras femeninas. Esto podría ir en concordancia con Pinker (2002) cuando explica que las mujeres tienen mejor ortografía que los hombres y con la predilección de las mujeres por las formas más prestigiosas tal como enseñan Serrano (2011) y Labov (1983). Ver figura 17.

Ahora bien, los resultados que refieren a la clasificación temática de los tweets muestran que tanto hombres como mujeres se comportan de manera algo similar. Tanto a nivel global como en hombres y mujeres por separado, la temática más utilizada, de acuerdo con las estadísticas, es la emocional. En los tres universos le siguen, por orden, la informativa, luego la irónica, la humorística y, por último, la política. No obstante, la

proporción de los tuits de cada una varía en los distintos grupos. En el que mayor diferencia hay es en la emocional, con una superioridad de las mujeres de casi doce puntos porcentuales. De esta manera, se podría inferir que, al hablar de fútbol en redes sociales, las mujeres serían un tanto más emocionales que los hombres. Aquí, parecería estar en lo correcto Pinker (2002) que afirma que las personas de sexo femenino experimentan todas las emociones (a excepción del enojo) de manera más animosa.



Figura 25. Tuit 853. “Boca es y va a ser siempre el único amor de mi vida, lo demás va y viene ”. Ejemplo de tuit de un personaje femenino con incipción emocional. (Belen, 2017)

En todo el resto de las temáticas, los hombres la usan en mayor proporción que las mujeres, a excepción de la política, en la que la ventaja no es demasiado significativa. Estos datos parecerían refutar la percepción de Alejandro, un joven de veintisiete años que presta su testimonio a Conde y Rodríguez (2002), quien asegura que “ellas [las mujeres] no sienten el fútbol. Cuando hablan con coherencia lo hacen desde un punto de vista objetivo. No entienden la esencia del juego...” (p. 100). Si fuese de esa manera, tal vez la proporción de tuits de temática informativa entre las mujeres superaría a la emocional.

Finalmente, en cuanto a los tópicos estudiados se puede ver que el sexual-escatológico se usa en mucho mayor medida que el de la muerte, que resulta bastante escaso y aparece de manera pareja en todos los grupos. En la alegoría sexual-

escatológica, son los hombres los que más la usan en la red social. Las tuiteras adhieren a este tópico en mucho menor medida. Si asociamos el contenido sexual y escatológico a la violencia, esos resultados se condicen con la participación en actos violentos no virtuales en el ámbito del fútbol, según describen Conde y Rodríguez (2002). Más aún, si se tiene en cuenta que los hombres han usado en Twitter las inherentemente agresivas malas palabras más que las mujeres. Esto podría explicarse nuevamente en la teoría de Pinker (2002) que expresa que los hombres experimentan el enojo de manera más intensa que las mujeres. A propósito de la violencia, las autoras explican que en los estadios la mujer queda casi siempre excluida de este tipo de actos, en detrimento del sujeto hegemónico que es el hombre.



Figura 26. Tuit 701. “GUIDO GLAIT te quieres matar gallina la reconcha bien puta de tu madre, bocon culo roto. Aguante boca!!! 🇵🇷🇵🇷🇵🇷”. Ejemplo de tuit de un personaje masculino que inscribe tanto la metáfora de muerte como la sexual-escatológica. Además, usa malas palabras.

(Nicolás, 2017)

Implicancias finales

En suma, la investigación sugiere algunas diferencias entre el discurso de personajes presuntamente femeninos y masculinos. Especialmente en el nivel de

emocionalidad que prepondera en las mujeres, el de violencia en el que los hombres llevan la delantera y el silencio femenino que se entiende a partir de su menor participación. No obstante, sería extremadamente apresurado aseverar que la hipótesis inicial de este trabajo se haya comprobado. Tampoco sería posible refutarla del todo y asegurar que no hay diferencias entre la manera en que se expresan hombres y mujeres en Twitter sobre fútbol. La pregunta de investigación, en tanto, pudo ser respondida por la descripción cualitativa que se ha proporcionado respecto al discurso de interés. Pero, de acuerdo con la exploración realizada, las distancias entre ambos grupos sociales no son demasiado contundentes.



Figura 27. Tuit 855. “Que cosa hermosa los pibes con ropa de boca, veni que te violo”.

Ejemplo de tuit de un personaje femenino de temática emocional y que inscribe en la metáfora sexual-escatológica. (🍑, 2017)

Acaso una explicación posible para el reducido tamaño de las distancias entre las discursividades masculinas y femeninas acerca del fútbol en Twitter sea aquella que indica Albarces (2007):

...las hinchas mujeres son habladas por el lenguaje masculino y por la cultura del *aguante*¹¹, son incorporadas por sus códigos, son atravesadas por sus prácticas, sin

¹¹ La itálica es original de la cita.

posibilidades de construcción de un espacio autónomo – tanto por la fuerza de la tradición masculina como por la debilidad de las tradiciones feministas argentinas. (p. 171).

Esta especulación toma sentido si se tiene en cuenta, por un lado, la teoría de la solidaridad femenina de Serrano (2011) y, por el otro, que Labov (1983) sugiere que las mujeres tienen un papel importante y de liderazgo en los cambios lingüísticos, pareciendo ellas más propensas que los hombres a modificar sus comportamientos sociolingüísticos.

Por consiguiente, cabe preguntarse si casi doce años después de la publicación del libro de Albarces y con el crecimiento de los movimientos y expresiones feministas en el país a la luz de #NiUnaMenos, el activismo por la legalización del aborto, #MiráCómoNosPonemos, la ganancia de espacios por parte de las periodistas deportivas y la lucha por la profesionalización del fútbol femenino, las disonancias entre hombres y mujeres se están acrecentando. Por el contrario, podría ocurrir que se estuvieran disolviendo, modificándose en signo de igualdad de género.

Aun cuando los resultados ofrecen tanto evidencia de la teoría del dominio, es decir, de que las diferencias entre géneros se dan por la sociabilización en una determinada cultura (Serrano, 2011, p. 64), como de la diferencia que explica que las disimilitudes tienen su fundamento biológico (Serrano, 2011 y Pinker, 2002), los resultados de esta investigación parecerían sugerir una tendencia hacia el acercamiento entre masculinos y femeninos. Además, si Traversa (2014) y Boutilier y SanGiovanni (1994) tienen razón, este acercamiento discursivo tiene que tener su correlato en la sociedad. Que así sea.

Anexo

El anexo que se muestra a continuación comprende la grilla de análisis de los tuits retribuidos, numerados del 1 al 940.



Universidad de
San Andrés

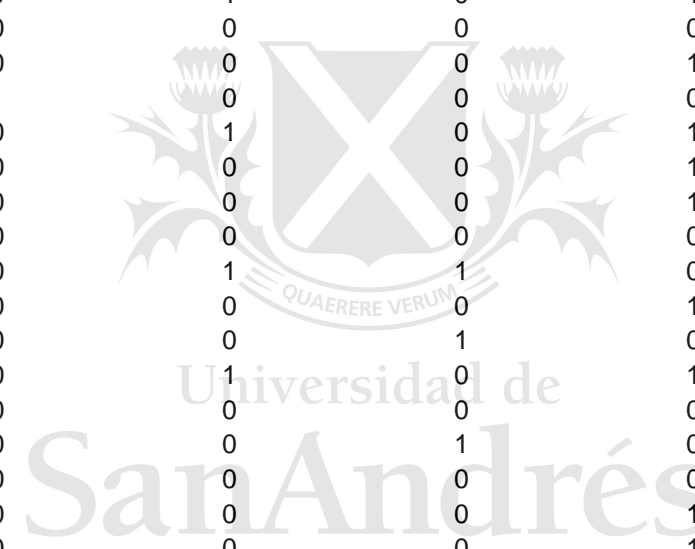
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1
3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0
4	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0
5	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
6	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
7	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
8	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
9	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
11	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0
12	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
13	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
14	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0
15	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0
16	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0
17	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
18	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
19	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
20	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
21	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
22	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
23	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
24	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
25	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
26	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
27	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
28	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
29	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
30	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
31	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
32	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
33	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
34	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
35	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
36	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
37	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
38	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0
39	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
40	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
41	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
42	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0
43	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
44	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0
45	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
46	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
47	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
48	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
49	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
50	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
51	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
52	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
53	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
54	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
55	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
56	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
57	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0



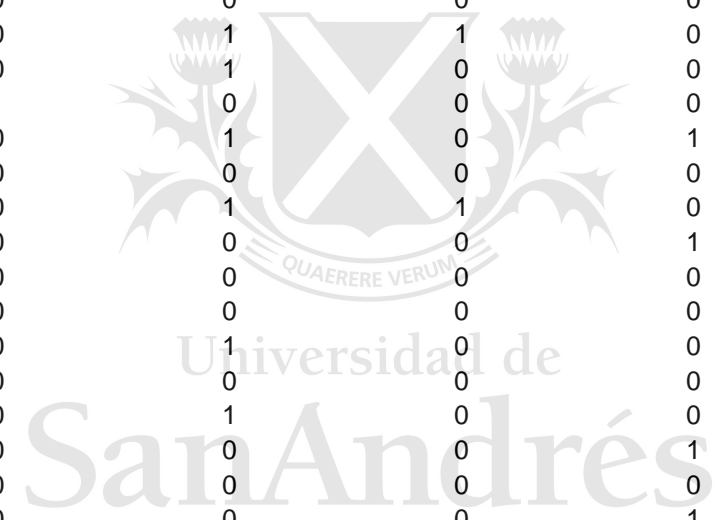
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
58	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
59	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
60	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0
61	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
62	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
64	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0
65	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
66	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
67	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
68	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
69	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
70	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1
71	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
73	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
74	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
75	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
76	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
77	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
78	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
79	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
80	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0
81	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0
82	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
83	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
84	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
85	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0
86	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
87	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
88	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
89	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
90	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
91	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1
92	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0
93	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
94	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
95	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
96	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
97	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
98	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0
99	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
100	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
101	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
102	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
103	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
104	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0
105	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1
106	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
107	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1
108	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0
109	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
110	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
111					0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
112	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0
113	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
114	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0



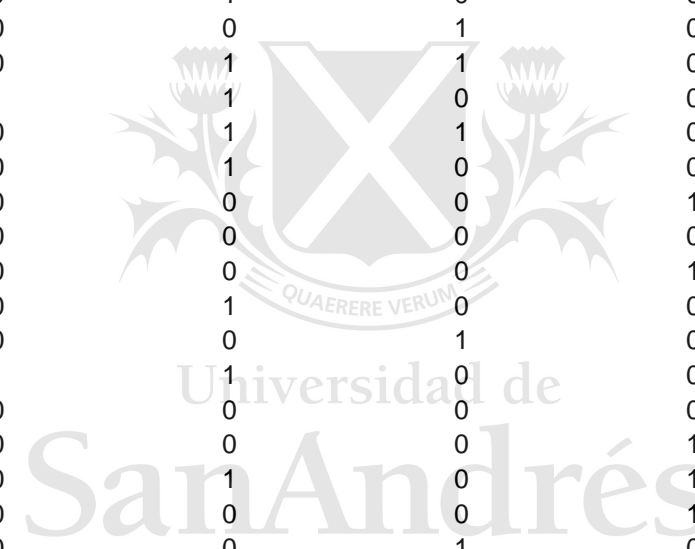
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
115	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
116	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
117	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
118	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
119	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
120	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
121	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
122	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
123	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
124	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0
125	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
126	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
127	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
128	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
129	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
130	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1
131	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
132	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
133	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
134	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
135	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
136	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
137	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
138	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0
139	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
140	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
141	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
142	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
143	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
144	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
145	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
146	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
147	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
148	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
149	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
150	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
151	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
152	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
153	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
154	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1
155	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
156	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
157	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
158	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
159	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0
160	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
161	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0
162	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
163	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
164	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
165	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
166	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1
167	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
168	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0



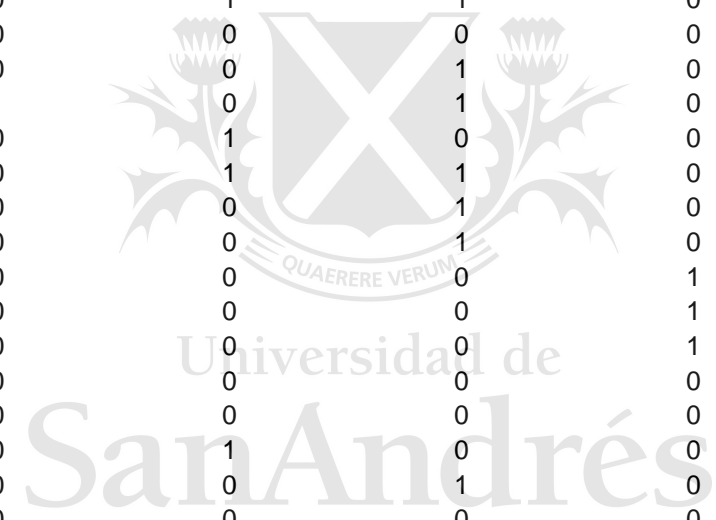
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
169	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
171	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
172	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
173	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
174	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
175	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0
176	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
177	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
178	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
179	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
180	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
181	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
182	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
183	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
184	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
185	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
186	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
187	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
188	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
189	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
190	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
191	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
192	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
193	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
194	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
195	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
196	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
197	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
198	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
199	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
200	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
201	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
202	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
203	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
204	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
205	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
206	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
207	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
208	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
209	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
210	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
211	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
212	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
213	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
214	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
215	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
216	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
217	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
218	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
219	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
220	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
221	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
222	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
223	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
224	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0



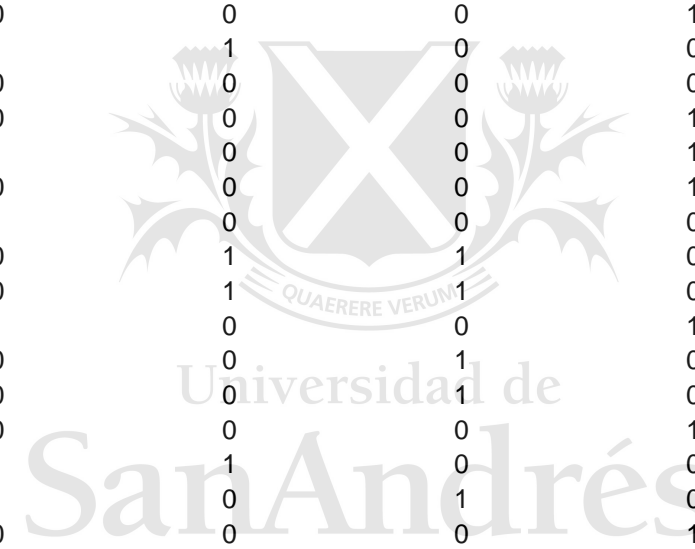
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
225	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
226	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
227	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
228	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
229	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
230	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
231	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
232	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
233	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
234	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0
235	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
236	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
237	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
238	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
239	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
240	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
241	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
242	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
243	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
244	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
245	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
246	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
247	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
248	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
249	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0
250	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
251	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
252	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
253	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
254	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
255	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
256	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
257	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
258	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
259	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
260	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
261	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
262	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
263	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
264	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
265	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
266	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
267	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
268	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
269	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
270	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
271	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
272	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
273	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
274	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
275	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
276	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
277	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
278	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
279	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
280	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0
281	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
282	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
283	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
284	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
285	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0



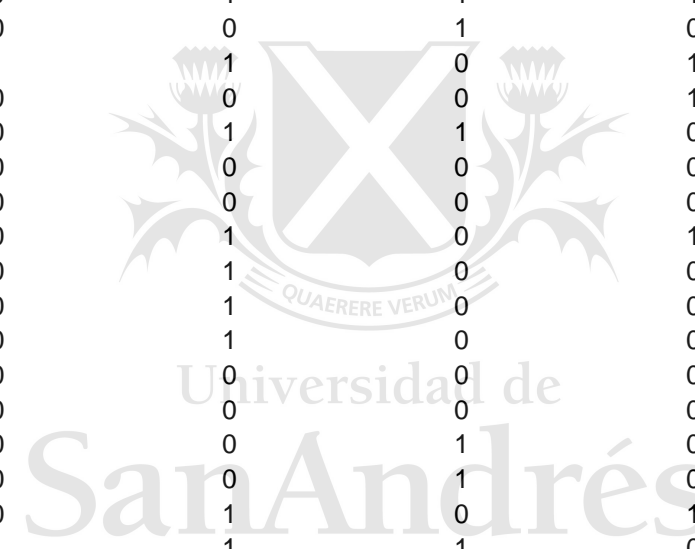
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
286	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
287	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
288	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
289	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
290	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
291	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
292	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
293	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
294	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
295	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
296	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
297	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
298	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
299	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
300	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
301	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
302	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
303	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0
304	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
305	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
306	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
307	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
308	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
309	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
310	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
311	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
312	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
313	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
314	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
315	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
316	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
317	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
318	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
319	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
320	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
321	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
322	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
323	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
324	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
325	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
326	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
327	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
328	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
329	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
330	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
331	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
332	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
333	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
334	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
335	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
336	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0



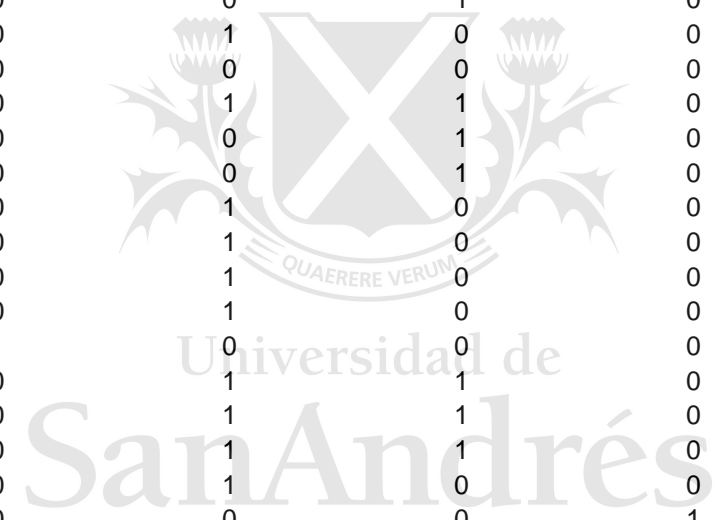
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)	
337	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
338	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
339	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
340	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
341	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
342	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
343	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
344	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
345	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
346	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
347	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
348	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
349	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0
350	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
351	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
352	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
353	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
354	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
355	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
356	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
357	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
358	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
359	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
360	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
361	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0
362	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
363	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
364	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
365	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
366	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
367	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
368	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
369	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
370	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
371	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
372	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
373	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0
374	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0
375	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
376	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
377	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
378	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
379	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
380	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
381	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0
382	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
383	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
384	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
385	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
386	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
387	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
388	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
389	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
390	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
391	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
392	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
393	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
394	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
395	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
396	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0
397	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
398	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
399	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0



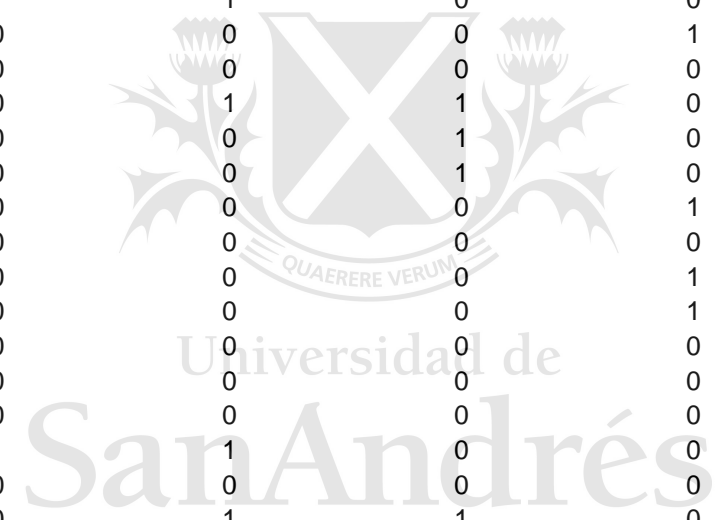
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
400	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
401	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
402	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
403	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
404	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
405	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
406	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
407	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
408	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
409	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
410	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
411	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
412	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0
413	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
414	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
415	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
416	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
417	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
418	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
419	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
420	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
421	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
422	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
423	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0
424	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
425	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
426	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
427	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
428	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
429	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
430	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
431	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
432	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
433	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
434	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
435	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
436	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
437	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0
438	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0
439	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
440	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1
441	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
442	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0
443	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
444	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
445	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
446	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
447	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
448	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
449	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
450	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
451	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
452	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
453	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
454	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
455	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
456	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
457	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
458	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
459	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0



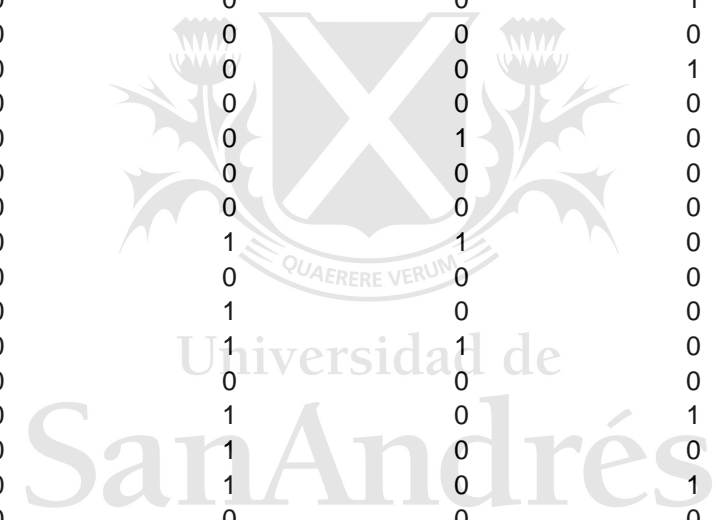
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
460	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
461	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
462	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
463	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
464	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
465	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
466	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
467	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
468	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
469	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
470	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
471	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
472	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
473	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
474	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
475	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
476	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
477	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
478	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
479	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
480	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
481	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
482	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
483	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
484	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
485	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
486	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
487	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
488	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
489	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
490	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
491	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
492	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
493	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
494	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
495	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
496	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
497	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
498	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
499	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
500	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
501	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
502	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
503	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
504	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
505	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
506	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
507	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
508	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
509	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
510	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
511	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
512	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
513	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
514	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
515	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
516	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
517	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
518	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
519	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
520	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0



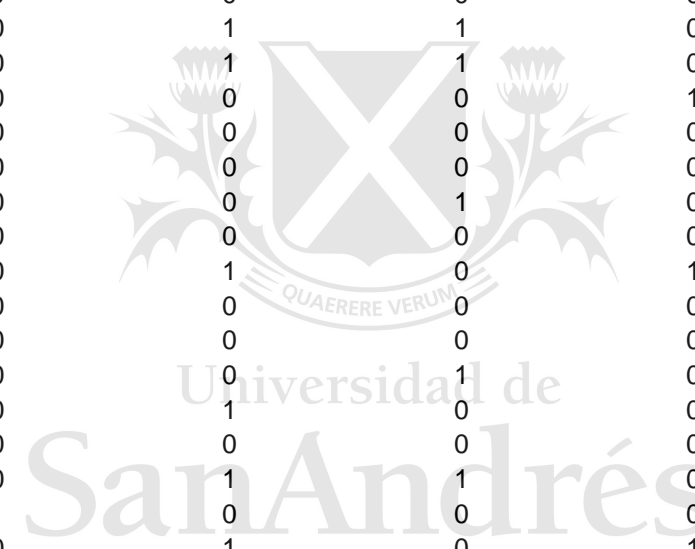
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
521	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
522	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
523	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
524	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
525	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
526	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1
527	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
528	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
529	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
530	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
531	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
532	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
533	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1
534	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
535	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
536	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
537	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
538	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
539	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
540	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
541	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
542	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
543	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
544	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
545	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
546	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
547	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
548	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
549	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
550	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
551	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
552	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
553	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
554	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
555	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
556	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1
557	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
558	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
559	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0
560	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
561	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
562	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
563	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
564	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
565	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
566	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
567	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
568	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
569	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
570	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
571	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
572	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
573	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
574	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
575	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
576	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
577	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
578	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
579	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
580	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
581	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0



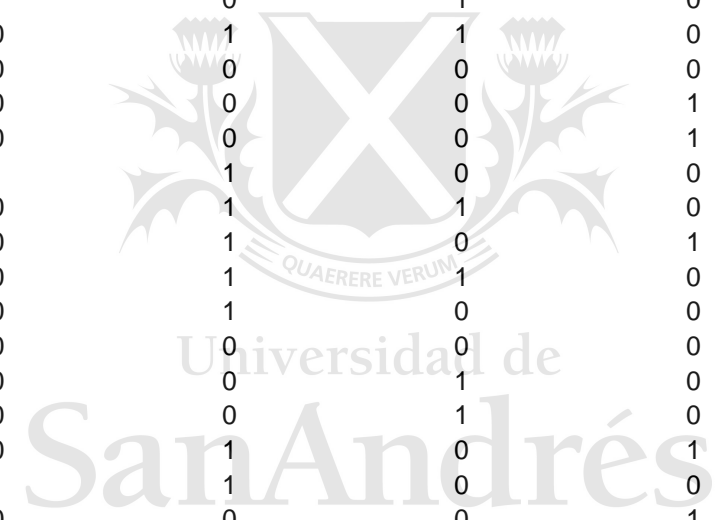
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)	
582	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0
583	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
584	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
585	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
586	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
587	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
588	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
589	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
590	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
591	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
592	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
593	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
594	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
595	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
596	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
597	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
598	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
599	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
600	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
601	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
602	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
603	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
604	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
605	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
606	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
607	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
608	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
609	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
610	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
611	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
612	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
613	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
614	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0
615	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
616	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
617	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
618	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
619	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
620	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
621	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
622	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
623	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
624	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
625	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
626	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
627	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
628	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
629	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
630	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
631	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
632	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
633	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
634	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
635	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
636	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
637	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
638	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
639	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
640	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
641	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
642	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0



Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
643	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
644	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0
645	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
646	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
647	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
648	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
649	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
650	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
651	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
652	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
653	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
654	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
655	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
656	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
657	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
658	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
659	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0
660	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
661	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
662	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
663	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
664	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
665	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
666	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
667	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
668	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
669	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
670	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
671	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
672	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
673	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
674	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
675	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
676	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
677	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
678	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
679	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
680	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
681	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
682	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
683	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
684	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
685	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
686	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
687	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
688	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
689	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
690	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
691	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
692	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
693	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
694	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
695	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
696	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
697	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
698	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
699	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
700	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
701	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1
702	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
703	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0



Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)	
704	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
705	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
706	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
707	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
708	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
709	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
710	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
711	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
712	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
713	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
714	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
715	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
716	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
717	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
718	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
719	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
720	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
721	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
722	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
723	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
724	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
725	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
726	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
727	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
728	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
729	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
730	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
731	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
732	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
733	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
734	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
735	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
736	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
737	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
738	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
739	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
740	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0
741	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
742	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
743	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
744	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
745	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
746	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
747	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
748	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
749	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
750	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
751	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
752	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
753	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
754	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
755	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
756	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
757	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
758	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
759	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
760	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
761	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
762	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
763	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
764	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0



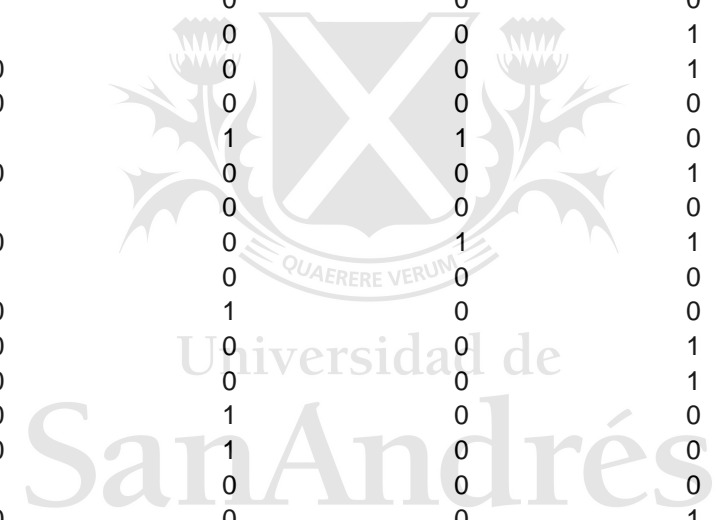
Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
765	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
766	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
767	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
768	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
769	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
770	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
771	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
772	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
773	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
774	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
775	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
776	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
777	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
778	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
779	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
780	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
781	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
782	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
783	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
784	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
785	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
786	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
787	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
788	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
789	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
790	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
791	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
792	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
793	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
794	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0
795	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
796	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
797	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
798	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
799	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0
800	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
801	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
802	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
803	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
804	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
805	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
806	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
807	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
808	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
809	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
810	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
811	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
812	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
813	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
814	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
815	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
816	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
817	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
818	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
819	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
820	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
821	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
822	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
823	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0
824	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
825	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0



Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
826	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
827	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
828	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
829	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
830	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
831	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
832	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
833	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
834	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
835	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
836	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
837	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
838	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
839	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
840	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
841	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
842	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
843	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
844	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
845	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
846	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
847	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
848	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0
849	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
850	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
851	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
852	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
853	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
854	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
855	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
856	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
857	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1
858	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
859	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
860	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
861	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
862	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
863	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
864	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
865	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
866	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
867	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
868	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
869	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
870	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
871	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
872	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
873	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
874	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
875	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0
876	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
877	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
878	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
879	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
880	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
881	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
882	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
883	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
884	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
885	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
886	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0



Tweet	Género presunto (0 - hombre, 1 - mujer)	Adjetivos subjetivos (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciador (0 - no, 1- si)	Inscripción del enunciatario (0 - no, 1- si)	Uso de mayúsculas (0 - no, 1- si)	Uso de malas palabras (0 - no, 1- si)	Uso de signos de puntuación (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Ironía (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Informativo (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Político (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Humor (0 - no, 1- si)	Clasificación temática. Emocional (0 - no, 1- si)	Metáfora. Sexo + escatológica (0 - no, 1- si)	Metáfora. Muerte (0 - no, 1- si)
887	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
888	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
889	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
890	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
891	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
892	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0
893	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
894	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
895	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
896	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
897	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
898	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
899	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
900	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
901	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
902	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
903	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
904	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
905	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
906	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
907	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
908	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
909	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
910	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1
911	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
912	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
913	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0
914	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
915	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
916	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
917	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
918	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
919	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
920	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
921	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
922	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1
923	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
924	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
925	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
926	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
927	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
928	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0
929	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0
930	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
931	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
932	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
933	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
934	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
935	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
936	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
937	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
938	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
939	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
940	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0



Bibliografía

AA.VV. (2006). Estudio sobre adhesiones a equipos de fútbol: total país marzo 2006.

Buenos Aires: Consultora Equis.

Albarces, P. (2007). Fútbol y patria: Segunda edición, corregida y aumentada. Buenos

Aires: Prometeo.

Archetti, E. P. (1999). Masculinities: Football, Polo and the Tango in Argentina. Oxford:

Berg.

[Aylumonserrat]. (6 de noviembre de 2017). Que cosa hermosa los pibes con ropa de

boca, veni que te violo. Recuperado de

<https://twitter.com/Aylumonserrat/status/927671412499808256>.

Basile, V. y Nissim, M. (2013). Sentiment analysis on Italian tweets. *Proceedings of the 4th Workshop on Computational Approaches to Subjectivity, Sentiment and Social Media Analysis*, 100-107.

Belen. [AntonellaBelf]. (6 de noviembre de 2017). Boca es y va a ser siempre el único amor de mi vida, lo demás va y viene. Recuperado de

<https://twitter.com/AntonellaBelf/status/927671435434319880>.

Benitez, P. [PabloBe_CABJ]. (6 de noviembre de 2017). Los clásicos no se merecen ni se juegan bien. Los clásicos SE GANAN y eso es lo que hizo ayer Boca. A llorar a la

Iglesia @PabloLunati22. Recuperado de

https://twitter.com/PabloBe_CABJ/status/927672511113854976.

Blaiotta, I. (2017). ¿Cuánto midió el Súper? *Olé*. Recuperado de:

https://www.ole.com.ar/futbol-primera/rating-superclasico-boca-river-abonados-pack-futbol_0_HkIzYR60-.html

Boutilier, M. A. y SanGiovanni, L. F. (1994). Politics, Public Policy and Title IX: Some Limitations on Liberal Feminism. En Birrel, S. y Cole, C. L. (eds.), *Women, Sport and Culture*, (pp. 97-110). Illinois: Human Kinetics.

Conde, M. y Rodríguez, M. G. (2002). Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones. *Alteridades*, 12(23), 93-106.

Creedon, P. (1994). Women, Media and Sport: Creating and Reflecting Gender Values. En Creedon, P. (ed.), *Women, Media and Sport: Challenging Gender Values*, (pp. 3-27). California: Sage.

Creswell, J. W. (2013). Chapter 1: A Framework for Design. En *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, (pp. 3-26). California: Sage.

El 39% es hinchas de Boca y el 26% de River. (2004, 10 de septiembre). Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/635321-el-39-es-hincha-de-boca-y-el-26-de-river>.

Escudero, D. [diegotescudero]. (6 de noviembre de 2017). Capaz que Boca no brilla, pero que le saca lustre a la pija de tanto cogerse a las gallinas en el Mudamental, no hay dudas! Recuperado de <https://twitter.com/diegotescudero/status/927679069554139138>.

Ezequiel. [xeneixenoide]. (6 de noviembre de 2017). -Cristina, Boca se va a garchar a river toda la vida? -. Recuperado de <https://twitter.com/xeneizenoid/status/927674710720237568>.

Fxk, N. [NatiFvk]. (6 de noviembre de 2017). Reaparecio mi vecino con la camiseta asquerosa esa, yo con la mia de River como siempre, no necesito ganar algo para ponerla. DIFERENCIAS. Recuperado de <https://twitter.com/NatiFvk/status/927681645590827008>.

Guerra, I. [IgnacioMGuerra]. (6 de noviembre de 2017). Memoria... No más Ídolos de Presidente. No mas re elecciones de Presidente. No más Calvari. River Plate!! Nada ni Nadie mas. Recuperado de <https://twitter.com/IgnacioMGuerra/status/927686311602999296>.

Guia, M. [paisincreible]. (6 de noviembre de 2017). Iniciemos una campaña de boca en boca con nuestros vecinos, vamos a eliminar las aguas estancadas por pequeñas que sean, como primer paso. Recuperado de <https://twitter.com/paisincreible/status/927687016090931201>

Gutiérrez-Sanz, V. (2016). Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 69, 67-103.

Halliday, M. (1982). *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica.

Krippendorff, K. (2004). Chapter 2: Conceptual Foundation. En *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, (pp. 18-43). California: Sage.

Labov, W. (1983). *Modelos sociolingüísticos*. Madrid: Cátedra.

Lavandera, B. (1978). Where does the sociolinguistic variable stop? *Language in Society*, 7, 171-182.

Lakoff, R. (1975). *El lenguaje y el lugar de la mujer*. Barcelona: Hacer.

Martínez de León, H. (2005). *El Superclásico: Boca-River: Historias y secretos de una pasión*. Buenos Aires: Libros en red.

Meân, L. (2001). Identity and Discursive Practice: doing gender on the football pitch. *Discourse & Society*, 12(6), 789-815.

Morchy. [MorchyPacheco]. (6 de noviembre de 2017). Jajaj no sé cómo sos vos, si sos de los que desaparece en las malas, bastante agenda llena tenemos todavía sigan con el

campeonato trankk. Recuperado de

<https://twitter.com/MorchyPacheco/status/927686775522328576>.

Nicolás. [Nicolaaspavon]. (6 de noviembre de 2017). GUIDO GLAIT te quieres matar gallina la reconcha bien puta de tu madre, bocon culo roto. Aguante boca!!! Recuperado de <https://twitter.com/Nicolaaspavon/status/927673642137374721>.

Nuevos Aires FM [nuevosairesfm]. (6 de noviembre de 2017). Si sos de #River, prende la radio y escucha @_PlanetaRiverOK De 20 a 22 PM #NuevosAiresFM 99.7 <http://www.nuevosairesfm.com.ar>. Recuperado de <https://twitter.com/nuevosairesfm/status/927685025029599232>.

Perga, C. [CandePerga]. (6 de noviembre de 2017). Yo no estoy solo en las buenas, también en las malas.... para muchos caretas. Vamos millonario las buenas ya van a venir!!!! Recuperado de <https://twitter.com/CandePerga/status/927675465040572416>.

Pinker, S. (2002). *The Blank Slate: The Modern Denial of Human Nature*. Nueva York: Penguin.

Ramírez Gelbes, S. (2009). La modalización tópica y el ethos: lo que de Eva Perón dicen sus propios discursos. *Comunicación y Medios*, 20, 106-121.

Ramírez Gelbes, S., et. al. (2018). Adjetivos e información: La intervención de la subjetividad en la prensa escrita digital de América Latina. *Contratexto*, 29, 47-63.

Ramírez Gelbes, S. y Estrada, A. (2003). Vocativos insultivos vs. vocativos insultativos: acerca del caso de 'boludo'. *Anuario de estudios filológicos*, 26, 335-353.

Rodríguez, P. (2014). Las fuentes: Acceso, selección, análisis, calidad y veracidad. En Pérez Tornero, J. M. y Tejedor, S. (dirs.), *Escribir para la red: reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'* (83-90). Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación (UAB).

Sebastián. [calabresebas]. (6 de noviembre de 2017). Me resulta francamente insostenible mantener la compostura durante un partido contra River, felicito a la gente que puede hacerlo. Yo no. Recuperado de <https://twitter.com/calabresebas/status/927670778568564736>.

Serrano, M. J. (2011). Sociolingüística. El Serbal: Barcelona.

Simone, V. [elévalo_azulyor]. (6 de noviembre de 2017). [#Polemicaenelbar](#) te quieres matar gallina, ahí va mariano, jajaja. Recuperado de https://twitter.com/elovallo_azulyor/status/927676593539092480.

Traversa, O. (2014). Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en las trayectorias del sentido. Buenos Aires: SEMA.

Wohn, D., y Na, E. (2011). Tweeting about TV: Sharing television viewing experiences via social media message streams. *First Monday*, 16(3).