

EXPLORANDO EL CLIMA DIGITAL: UN ANÁLISIS DE PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y SISTEMAS AGROALIMENTARIOS EN TWITTER

Rossana TORNEL-VÁZQUEZ

Universidad Politécnica de Madrid y Universidad de Córdoba

Carlos ANGUIANO-SANTOS

WEARE – Water, Environmental, and Agricultural Resources Economics, Universidad de Córdoba

Emilio PINDADO

Universidad Politécnica de Madrid

Eva IGLESIAS

CEIGRAM y Universidad Politécnica de Madrid

ESTE artículo se centra en el análisis de las percepciones públicas y las relaciones de influencia entre los distintos actores en relación con el cambio climático y los sistemas agroalimentarios. Para ello, se utilizan dos metodologías, el análisis de contenido y el análisis de sentimiento aplicadas a los datos extraídos de Twitter (ahora X) en todo el mundo durante el año 2022. El análisis de contenido permite identificar quién lidera el debate, analizar su impacto y extraer las construcciones sociales predominantes en el discurso. Adicionalmente, el análisis de sentimientos busca identificar las actitudes colectivas, el tono emocional y las preocupaciones de los usuarios de Twitter en relación con el cambio climático y los sistemas alimentarios.

Este estudio busca contribuir a una comprensión más amplia de cómo el discurso en las redes sociales refleja, amplifica o desafía las narrativas sobre el cambio climático y los sistemas agroalimentarios, un tema hasta ahora poco explorado. La investigación se enfoca en la percepción pública de la interrelación entre el cambio climático y los sistemas alimentarios, utilizando términos clave como «cambio climático», «alimentos» y «agricultura». Para este propósito, se han recopilado 3.287 tweets originales en inglés del año 2022.

Twitter se elige como la fuente de datos para el estudio debido a su popularidad y a la valiosa información que comparten sus usuarios, la cual puede ofrecer una visión sobre el conocimiento e ideas socialmente construidas respecto a tendencias y eventos relacionados con los sistemas agroalimentarios. La teoría de las representaciones sociales se emplea como marco conceptual para comprender cómo se forman las opiniones públicas a través de las interacciones en Twitter. Según esta teoría, las representaciones sociales expresan actitudes hacia un peligro o tema desconocido y están moldeadas por interacciones sociales y contexto cultural.

Se realiza un análisis de sentimientos sobre los tweets recopilados, revelando que la mayoría de los mensajes tienen un tono neutral, seguido de un porcentaje significativo de sentimientos negativos y positivos. Se observa que el sentimiento neutral prevalece, posiblemente debido a la presencia activa de organismos internacionales en el conjunto de datos, los cuales tienden a compartir información objetiva sin expresar opiniones positivas o negativas.

Los resultados revelan que el sentimiento general en los tweets analizados es neutral (52,89 por 100), con un 26,64 por 100 de sentimiento negativo y un 20,47 por 100 positivo. Se observa que temas como

seguridad alimentaria, escasez de agua, producción animal y cadena de suministro son recurrentes en las discusiones, con diferentes tonos emocionales. Se destaca la importancia de considerar factores como costos, asequibilidad y tecnología inteligente, sostenible y regenerativa en la formulación de políticas efectivas para garantizar dietas saludables y accesibles.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos del estudio tienen implicaciones tanto teóricas como prácticas. Se confirma la presencia del modelo clásico de comunicación en dos etapas dentro de los sistemas agroalimentarios y los eventos relevantes que los afectan, lo que sugiere que la discusión pública está centralizada y liderada por un número reducido de actores influyentes. Además, se destaca el potencial de Twitter como una herramienta de comunicación valiosa para comprender y abordar las preocupaciones del público sobre el cambio climático y los sistemas agroalimentarios.

Este estudio ofrece una visión detallada de las percepciones públicas y las relaciones de influencia en torno al cambio climático y los sistemas agroalimentarios, destacando la importancia de las redes sociales como fuentes de información y como espacios para el debate y la sensibilización sobre temas cruciales para la sociedad.