



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'ESCOLTA ACTIVA A XARXES SOCIALS, MITJANS I ANÀLISI DE CERCADORS A INTERNET SOBRE BARCELONA

OBJECTE

Realitzar un monitoratge digital de la Marca Barcelona, on recollir de forma permanent les principals idees i temes que es comparteixen sobre Barcelona a les Xarxes Socials de caràcter públic i les consultes que es realitzen a través dels cercadors, en relació amb l'actualitat de la ciutat, prioritàriament econòmica, turística i social, per identificar informació de valor estratègic per al posicionament i la reputació de la Marca Barcelona.

ANTECEDENTS

Barcelona Activa

Barcelona Activa, l'agència de desenvolupament econòmic de l'Ajuntament de Barcelona, on s'emmarca el Projecte Marca Barcelona, té la visió de fer de Barcelona una ciutat de referència internacional per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

Així mateix, la missió consisteix en contribuir a la millora de la qualitat de vida de les persones promovent la competitivitat econòmica de la ciutat i el reequilibri dels territoris, a través del foment de l'ocupació de qualitat, l'impuls a l'emprenedoria i el suport a un teixit empresarial plural, divers i sostenible, des d'una perspectiva econòmica, social i ambiental.

Tota l'activitat de Barcelona Activa es realitza al voltant de quatre valors:

- Igualtat d'oportunitats i progrés social. Promoure el desenvolupament d'un model just de creació, manteniment i repartiment de l'ocupació, que apoderi a la ciutadania, incorpori la perspectiva de gènere i de diversitat en tots els àmbits organitzatius i de forma transversal i afavoreixi el reequilibri entre territoris.
- Cooperació dins l'organització i amb d'altres. Impulsar internament i externa la cooperació i la professionalitat de les persones treballadores a través de la millora contínua, avançant cap a l'excel·lència de les seves competències i del desenvolupament del seu talent, tot fomentant formes de treball en equip, col·laboratives, transversals i participatives que afavoreixin el benestar laboral i de la ciutadania.
- Economia social i sostenible al servei de les persones. Potenciar un model d'Economia Social i Solidària, on la pluralitat de sectors socials, l'emprenedoria col·lectiva i la innovació social, generin un desenvolupament econòmic més just, present en tots i cadascun dels territoris.
- Esperit de servei públic i ètica professional i personal. Impulsar uns serveis públics que avancin cap a una major coordinació de l'ecosistema públic, privat i comunitari on les bones pràctiques, la transparència, l'ètica professional i personal i la virtut pública, com a concreció pràctica d'uns determinats valors, siguin les bases que consolidin el bon govern i l'orientació a la ciutadania.

El Projecte Marca Barcelona

Barcelona, un actiu intangible

La marca Barcelona és un actiu intangible de gran valor per impulsar el progrés de la ciutat i la seva àrea metropolitana, tant des d'una perspectiva social i econòmica.



**Ajuntament
de Barcelona**

**Àrea d'Economia, Treball, Competitivitat i Hisenda
Barcelona Activa SAU SPM**



Palanca per a la promoció internacional

El Projecte Marca Barcelona té com a objectiu l'impuls de la gestió de la identitat i reputació de la ciutat, des del lideratge de l'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa en coordinació amb agents locals, metropolitans i regionals (institucions, empreses i ciutadania), per dinamitzar l'economia sostenible i la millora de l'ocupació de la ciutadania.

El nou relat - Aliança de ciutat

Des del Projecte Marca Barcelona s'ha liderat la co-creació d'un nou relat de ciutat amb més de 300 agents locals, metropolitans i regionals. Un relat consensuat, coherent i continuat en el temps, que reforci la posició de Barcelona al món.

Pla d'acció i gestió de la marca

Un cop presentat el nou relat a través del brand book '*Identitat i posicionament de Barcelona. Un relat coral*', s'activa el pla d'acció i la gestió de la Marca Barcelona, per a comunicar el nou relat de cara a futur, al mateix temps que es dissenya la caixa d'eines de la Marca Barcelona (web always.barcelona, imatges, vídeos, dades, continguts, etc.) a disposició d'agents locals i internacionals per explicar Barcelona des de tots els àmbits d'activitat amb un relat consensuat, coherent i continuat en el temps.

FINALITAT DEL CONTRACTE

Barcelona i les xarxes socials

Avui dia les Xarxes Socials s'han convertit en un punt central en la relació entre les persones i les marques però sobretot són una font d'informació indispensable per les marques.

Durant els últims anys, la presència de la ciutat de Barcelona a les xarxes socials i internet s'ha transformat, no només creixent volumètricament, sinó també en relació als temes i esdeveniments en els quals es recolza la projecció de la ciutat a les xarxes.

Recollint les últimes dades de l'Oficina Municipal de Dades de l'Ajuntament de Barcelona, durant l'any 2018 (de gener a novembre) *, la presència de la ciutat a les xarxes va superar els 8,7 milions de publicacions. Això suposa un salt molt notable, de més de 3 milions (65%) respecte al 2017 i de més de 2 milions (+64%), respecte a 2016. Si estenem la comparativa a l'any 2015 (2,5 milions), el creixement de 2015 a novembre de 2018 s'ha quadruplicat.

*Font Oficina Municipal de dades . Departament d'Estudis d'Opinió. Informe anual 'Barcelona a les xarxes socials' <https://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/anuari/cap19/C190703.htm>

Barcelona als cercadors

D'altra banda, valorem la necessitat de conèixer les consultes a cercadors realitzats arreu del món al voltant de Barcelona. A data d'exemple, i segons anàlisi de Google Trends, les cerques sobre 'Barcelona' han disminuït de forma evident a febrer 2020, com mai abans des de 2004 (<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=barcelona>) .

Per tot això, creiem en la necessitat i el valor d'encarregar una escolta activa a les xarxes socials i un anàlisi de les consultes a cercadors, que ens pot ajudar a conèixer i a entendre com es parla de Barcelona al món, per acompanyar l'estratègia reputacional de Barcelona.



Al mateix temps, l'escolta activa a xarxes socials i l'anàlisi a cercadors ens pot ajudar a detectar amb immediatesa aquells temes, esdeveniment o impactes 'nous' que no es reflecteixen en altres protocols i indicadors amb que treballa l'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa.

OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és el servei d'escolta activa local i internacional, recollida i anàlisi de forma permanent de les principals idees i temes que es comparteixen sobre Barcelona a les Xarxes Socials de caràcter públic, als mitjans de comunicació digital i a les consultes a través dels cercadors, en relació amb l'actualitat de la ciutat, prioritàriament econòmica, turística i social, per identificar informació de valor estratègic per al posicionament i la reputació de la Marca Barcelona.

El desplegament de l'escolta activa i les consultes a cercadors s'estratifica en dos àmbits o universos de recollida de dades:

- Àmbit Internacional. Que reculli opinions, idees i temes compartits i/o cercats a escala internacional sobre la ciutat.
- Àmbit Barcelona i àrea metropolitana. Que reculli els fenòmens que succeeixen a l'àmbit municipal, metropolità i/o regional de Barcelona, ja siguin permanents o temporals.

D'aquesta forma, des del Projecte Marca Barcelona es pretén assolir els següents objectius:

- Fer seguiment de "Barcelona" al món.
- Conèixer et que més destaca ò interessa de la ciutat en cada moment.
- Suport a la gestió dels canals de comunicació corporatius a les xarxes socials.
- Orientar l'estratègia digital del Projecte Marca Barcelona

Per fer-ho requereix un servei d'escolta activa digital i un seguiment de consultes a cercadors, en suport de l'anàlisi i l'estratègia de reputació online. A continuació s'especifiquen les característiques del servei que es pretén contractar.

DESCRIPCIÓ DEL SERVEI I ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES

Descripció de l'encàrrec i especificacions tècniques en els dos apartats de l'encàrrec:

Escolta activa a xarxes socials i mitjans

Dades de cercadors al voltant de Barcelona

Capturar i emmagatzemar les mencions sobre Barcelona que hi hagi a Internet

El servei ha de ser capaç de capturar i emmagatzemar als seus servidors totes les informacions, tant publicacions com comentaris, produïdes a Internet a través d'una plataforma digital, amb un taulell de control o *dashobard* especialment dissenyada per a aquest ús. És a dir, ha de ser capaç de mostrar totes les informacions que es generin des de xarxes socials (Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, Google, etc..), blocs i fòrums, vídeos (Youtube, Vimeo, Tik Tok...), premsa online i qualsevol altre publicació a Internet, actuals o aquelles que puguin crear-se i estandarditzar-se el seu ús durant la vigència del contracte. En particular:

- El servei ha de ser capaç de recollir el 95% de les dades de "Notícies", "Blogs" i "Fòrums de Debat" reportats en Google Search per a les dates i criteris de cerca corresponents.



- Per garantir la representativitat de les dades recollides, el servei ha de ser capaç de recollir el 95% de les dades accessibles des de les principals APIS (*Application Programming Interface*) de dades de les xarxes socials (en particular Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, SlideShare, Tumblr, Vimeo, Tik Tok entre d'altres).

Les mencions que arribin han de parlar sobre el que succeeix a Barcelona i al seu territori evitant tot allà que es refereixi a altres indrets del món amb el nom de la ciutat (exemple, Barcelona ciutat de Veneçuela). En aquest últim cas, el servei ha de possibilitar el seu rebuig mitjançant una configuració *ad-hoc*. El rebuig ha de tenir com a conseqüència, tant que no entrin mencions no desitjades com també, que les que haguessin entrat amb anterioritat siguin també eliminades automàticament.

Dades sobre futbol. El servei ha de permetre un filtratge i emmagatzematge de les mencions relacionades amb els clubs de futbol de primera divisió. Aquest filtratge s'haurà de realitzar mitjançant un servei automàtic de classificació. El servei de classificació ha de tenir una precisió superior al 85% i un *recall* superior al 80%. El servei de classificació s'haurà de monitoritzar permanentment i supervisar amb mitjans propis (analistes de l'empresa contractada), produint un raport de fiabilitat estadística cada tres mesos.

El servei ha de permetre el filtratge i exclusió de les mencions SPAM o aquelles que presentin poca rellevància institucional o estan exemptes de capacitat explicativa dels interessos i necessitats de la ciutadania.

El temps màxims d'aparició d'un esment en l'eina, des de la seva publicació seran els següents:

Twitter i Facebook: Immediat.

Per a altres xarxes socials, notícies online, vídeos online, etc.: 4 hores.

Per a blocs i fòrums: 6 hores

L'empresa proveïdora ha d'assegurar l'accés a dades històriques, que compreguin com a mínim 12 mesos anteriors a la consulta. Aquestes s'han de poder incorporar per ser visualitzades i gestionades al nou servei al mateix nivell que les que arribin noves.

Accés a les dades

Com a norma general, el servei ha de permetre consultar la totalitat de les dades emmagatzemades en qualsevol moment i amb un temps d'espera menor a 3 minuts a través d'una plataforma digital amb taulell de control o *dashboard* especialment dissenyada per a aquest ús. Per a consultes que compreguin un rang de temps igual o inferior a 1 mes, el temps de recuperació de dades haurà de ser menor a 1 minut. Les que siguin iguals s'hauran de mostrar agrupades, permetent en tot cas accedir al detall de cadascuna d'elles. També, ha de permetre fer link amb els seus autors o amb els missatges de referència que continguin.

Caracterització i possibilitat de modificació de totes les mencions que arribin

Cada menció que aparegui al *dashboard* o taulell de control hauria d'estar caracteritzada, com a mínim, pels següents trets: missatge que incorpora, temàtica de la menció, sentiment respecte al territori de Barcelona, ubicació, idioma, tipus de font de la que arriba (xarxes socials, premsa online...), autor, identificació de si es tracta d'un missatge corporatiu, data d'emissió del missatge, i data registre al servei. També hauria de registrar eines de mesura d'influència de l'autor/a (seguidors, likes, etc.).

La caracterització s'haurà d'assignar automàticament pel servei. En el cas de l'idioma, la fiabilitat de l'etiquetatge ha de ser més gran que el 90%. És a dir, el % d'esments etiquetats amb un idioma erròniament ha de ser inferior al 10%. Aquesta premissa també inclou el català.

A més, l'aplicació ha de permetre fer modificacions en temps real per ajustar les errades que es poguessin produir.



Selecció de paquets de mencions

El servei ha de permetre la selecció de paquets de mencions utilitzant múltiples criteris: intervals de dies i/o hores, així com amb els mateixos trets mencionats.

Els paquets de les mencions seleccionades s'han de poder exportar a formats de fàcil ús ofimàtic així com poder-les enviar en documents adjunts.

Identificació dels continguts

El servei ha de facilitar el poder identificar els continguts més rellevants del conjunt de mencions que s'hagin seleccionat en format de "núvols" de paraules. Les identificacions realitzades han de permetre visualitzar les mencions. Les agrupacions per continguts resultants han de poder ser seleccionables, editables i eliminables.

Identificació de generadors d'opinió, persones o institucions rellevants

El servei ha de permetre accedir a persones, organitzacions o dominis d'Internet rellevants. En particular:

- Ha d'identificar aquelles adreces des de les que es parla més de Barcelona.
- Ha d'identificar influenciadors/es de rellevància.
- Institucions o persones de rellevància de les que es parla quan hi ha referència a Barcelona.

Classificació de les mencions per àmbits d'interès de la corporació

El servei ha de permetre visualitzar les mencions agrupades en conjunts homogenis. Aquest conjunts poden ser temàtics, per esdeveniments, per corporacions. Aquest ha de permetre, a més, la generació de 5 perfils específics (sense el filtre BCN) o altres agrupacions que requereixi Barcelona Activa; la suma de les mencions d'aquests perfils extra en cap cas superarà el milió de publicacions mensuals.

La configuració de les agrupacions ha de ser flexible. Això vol dir que el resultat obtingut variarà en funció de les noves actualitzacions que es puguin fer dels trets característics que defineixin a l'agrupació.

El significat del contingut de les mencions d'una agrupació determinada ha de coincidir amb el significat objectiu motiu de l'agrupació en més del 80% dels casos.

Generació d'estadístiques sobre dades agregades i gràfiques referents a les mencions

El servei ha d'oferir estadístiques agregades i gràfiques sobre característiques d'aquest plec i a temps real per a qualsevol consulta. A més, el servei ha d'oferir estadístics de mesura Twitter Reach per a tots els comptes contractats.

Els gràfics han de ser interactius i permetre a la vegada seleccionar els continguts de les mencions, així com ser descarregables en format xlsx o csv.

Visualització dels temes o agrupacions temàtiques

L'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa disposa d'un servei per generar agrupacions de mencions per significat. En cas que es sol·liciti, aquestes han de poder visualitzar-se en paral·lel a la visualització d'esments individuals. En particular:

- La informació de les agrupacions temàtiques ha de poder introduir-se de manera periòdica en el sistema així com organitzar-la en forma d'apartats i subapartats.



- Ha de ser possible visualitzar des del taulell de control ò *dashboard* els temes de qualsevol dels trets i característiques especificats

Seguiment de canals corporatius a les xarxes socials

El servei ha de permetre visualitzar i fer seguiment (visualitzant un històric de followers, likes, comentaris, etc.) de tots els canals corporatius d'incidència a les xarxes socials que han implementat els diferents organismes de l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa.

Seguiment temporal de volums de mencions en funció de criteris d'interès i el sentiment

El servei ha de mostrar un seguiment temporal dels principals trets característics de les mencions. En particular, s'ha de poder fer seguiment de l'evolució del sentiment que desprenen les mencions i la font d'Internet de la que provenen.

Seguiment de campanyes

El servei ha de permetre poder mesurar l'impacte al llarg del temps dels missatges que la corporació llença mitjançant els seus canals corporatius. Aquests s'han de poder comparar a la vegada amb els que s'emeten al marge de la corporació. Aquesta comparativa s'ha de poder visualitzar segons els àmbits d'interès identificats per l'Ajuntament i Barcelona Activa i esmentats a l'apartat 5.7.

Generació d'alertes

El servei ha de poder mesurar de forma dinàmica i intel·ligent els canvis respecte al volum de paraules clau, canals corporatius, temàtiques concretes, mida de la conversa o del volum general del compte i generar alertes quan es produeixin. Es cercaran alertes sistemàticament i en cas de ser positiva es procedirà a l'enviament d'un correu electrònic a l'adreça indicada. El *delay* màxim entre l'inici d'un període de publicació anòmal i l'enviament de l'alerta serà d'1 hora.

Generació d'informes

El servei ha de poder generar un resum en forma d'informe dels trets més importants del conjunt de mencions emmagatzemats. El format de l'informe ha de ser d'ús comú ofimàtic i el seu disseny ha de permetre mostrar resultats de l'escolta activa a Internet i anàlisi de cercadors a d'altres organismes de la corporació.

Aquest informe oferirà les xifres agregades de cadascuna de les característiques de les mencions d'acord amb els trets especificats. A més, ha d'identificar els/les autors/es amb més rellevància, tant per ser els que més escriuen com per ser els/els més esmentats/des. També s'ha de mostrar els missatges o paraules clau que més han destacat a les diferents fonts d'emissió mitjançant núvols de paraules.

L'informe s'ha de poder generar en funció dels àmbits d'interès identificats per Barcelona Activa, independentment o de forma comparativa entre ells.

Importació i modificació de dades

El servei haurà de considerar un mecanisme que permeti extreure les dades obtingudes cada hora, modificar les dades, afegir dades noves i/o re-alimentar les noves dades i les dades modificades al sistema. En concret haurà de ser possible:

- Fer un buidatge cada hora de les dades per tal que estiguin actualitzades i puguin ser recuperades.
- Extreure diàriament en un fitxer amb format obert JSON la totalitat d'esments de l'últim període.



- Accedir a aquest fitxer en un lloc de xarxa adequadament securitzat i accessible exclusivament per l'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa.
- Pujar un fitxer modificat, que afegeix nova meta-data sobre els esments existents així com nous esments.
- La visualització de resultats ha de reflectir els canvis i noves dades en un període inferior a 24h.
- El fitxer descarregable ha de comptar, com a mínim, amb els camps especificats a l'ANNEX 1. d'aquest plec: CAMPS D'IMPORTACIÓ I MODIFICACIÓ DE DADES.

Exportació de dades i backup de seguretat

El servei haurà de possibilitar els següents abocats:

- Abocat Complet Nadiu: Es realitza diàriament un bolcat complet i backup de les dades a format JSON accessible per HTTP.
- Abocat de Vistes: Existeix una pàgina de bolcats des de la qual es pot especificar una vista i els seus paràmetres i obtenir el fitxer de bolcat en format XML, JSON o CSV.

Usabilitat

El servei ha de permetre a usuaris sense coneixements de llenguatge informàtic poder gestionar el conjunt d'aplicacions descrits en aquest plec amb una mínima formació. El dashboard o taulell de control haurà d'estar configurat segons l'estil i aparença designada per Barcelona Activa.

Usuaris

La consulta de les dades haurà d'estar disponible mitjançant qualsevol navegador d'internet que suporti l'estàndard htm15 per a un conjunt tancat de 15 usuaris de l'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa mitjançant nom de usuari i paraula-clau. Cal que es pugui determinar drets d'accés en funció de les necessitats d'altres departaments externs al de Promoció de Ciutat – Marca Barcelona.

Integració de l'històric

El servei ha d'assegurar la compatibilitat amb el format que ha fet servir l'Ajuntament de Barcelona – Barcelona Activa durant el darrer any i que s'especifica a l'apartat 5.15 i la integració de les dades històriques amb les del servidor de la nova adjudicació.

Cercadors - Dades de cerques al voltant de la marca Barcelona

Ates que les cerques online representen un indicador molt significatiu respecte a l'interès al voltant de la marca, s'encarrega també el recull dades sobre el volum i tipologia de les cerques al voltant de la marca Barcelona als cercadors de referència (prioritàriament G, que incloguin els següents indicadors i anàlisi:

- Volums de cerques per la marca Barcelona, globals i disgregats per mercats emissors.
- Evolutius de cerca al llarg del temps
- Anàlisi qualitatiu d'aquestes dades



FASES D'EXECUCIÓ: INICIAL, PARCIAL I TOTAL

Fases de l'encàrrec: conceptualització i desenvolupament

Conceptualització

- Reunió inicial per alinear les bases de l'encàrrec.
- Definir pla de treball a partir dels paràmetres d'aquest encàrrec.
- Planificació de l'equip de treball.
- Acceptació del pla de treball de l'empresa adjudicatari, formats i periodicitats.

Desenvolupament. Recollida de la informació motiu d'aquest contracte, en els formats i les periodicitats següents:

- (1) Dashboards o taulell de monitorització de la Marca Barcelona durant tot el període de contractació
- (2) Alertes:
 - (a) Automàtiques: Quan es detecti de forma automàtica qualsevol canvi inusual a la lectura de les dades volumètriques.
 - (b) Personalitzables: Quan es detecti conversa sobre algú dels paràmetres personalitzats que s'hagin determinat.
- (3) Reports setmanals: evolució de les dades, i identificació dels pics de conversa més destacats en relació a la marca Barcelona amb termes com : evolució, abast, distribució per canals, tòpics, i segons owned, paid ó earned media.
- (4) Informes mensuals que incorporin el global dels resultats quantitatius del mes i els anàlisis qualitatius per apartats: Resum executiu, Conversa, Sentiment, Imatge i posicionament, Mitjans i usuaris, Anàlisi de comunitats i Conclusions i recomanacions.

FORMA DE PRESENTACIÓ I DE LLIURAMENT DEL RESULTAT DEL CONTRACTE.

- (a) Dashboards o taulell de monitorització de la Marca Barcelona durant tot el període de contractació
- (b) Alertes:
 - (i) Automàtiques: Quan es detecti de forma automàtica qualsevol canvi inusual a la lectura de les dades volumètriques
 - (ii) Personalitzables: Quan es detecti conversa sobre algú dels paràmetres personalitzats que s'hagin determinat.
- (c) Reports setmanals: evolució de les dades, i identificació dels pics de conversa més destacats en relació a la marca Barcelona amb termes com: evolució, abast, distribució per canals, tòpics, i segons owned, paid ó earned media.



(d) Informes mensuales que incorporin el global dels resultats quantitatius del mes i els anàlisis qualitatis per apartats: Resum executiu, Conversa, Sentiment, Imatge i posicionament, Mitjans i usuaris, Anàlisi de comunitats i Conclusions i recomanacions.

SEGUIMENT DE L'EXECUCIÓ I FORMA D'AVALUACIÓ DE LA CORRECTA EXECUCIÓ

Amb la finalitat de fer seguiment del contracte amb l'empresa adjudicatària, es realitzaran reunions amb la representant del Projecte Marca Barcelona les vegades que siguin necessàries per tal d'avaluar la qualitat dels "lliurables" de l'escolta a xarxa i l'anàlisi de cercadors. Es demanarà la revisió final i conclusió del treball aportat en acabar el contracte.

Les reunions de seguiment es realitzaran a la seu central de Barcelona Activa.

L'empresa adjudicatària haurà d'estar disposada a participar en les corresponents reunions de seguiment i a desplaçar el seu personal a les diferents seus corporatives dels instituts, empreses i plataformes a fi de recavar informació i assessorar-les en aquells aspectes propis de la tasca encomanada.

Es preveuen un mínim de 3 reunions: una a l'inici del projecte per resoldre dubtes i concretar aspectes de l'encàrrec, una altre quan ja s'hagi superat el primer mes de funcionament per avaluar i ajustar si s'escau els paràmetres d'escolta i anàlisi de cercadors i una altra quan falti un mes per a la finalització del contracte per recollir anàlisi final i conclusions qualitatives de l'empresa adjudicatària.

No obstant, es podrà programar alguna reunió addicional, en cas que fos necessari.

Consol Vancells Casanovas
Responsable de Projectes de Marca

**ANNEX 1. CAMPS D'IMPORTACIÓ I MODIFICACIÓ DE DADES**

Etiqueta	Descripció
ID	ID del post a la plataforma original
	ID del autor
	ID dels autors mencionats
	ID de Plataforma de referència
Tipologia	Agrupació per plataforma (Twitter, Facebook, altres xarxes socials, notícies, blogs, fòrums, vídeo, altres)
	Tipus de menció (Tuit, retuit, post, comentari)
	És o no és futbol
	És o no és corporatiu, una menció a un canal corporatiu o extern
	A quin tòpic pertany
Corpus	Títol del post
	Text de la publicació Contingut d'imatge
Metadata	
	En relació a la menció:
	URL del post
	Domini al que pertany la URL del post
	Nombre de links o altres adjunts
	Nombre de comentaris
	Nombre de cops compartit (Facebook, etc)
	Nombre de Likes o M'agrada (Facebook, News, Twitter)
	Nombre de Dislikes (Youtube)
	Nombre de visites
	Nombre de Retweets
	Nombre de preferits
	En relació a l'usuari:
	Autor del post
	Número de seguidors
	Número d'amics a Facebook o Likes en cas de pàgina de Facebook
	En relació al contingut:
	Sentiment (Positiu, neutre, negatiu...)
	Impacte
	Idioma
	Data/hora
	Ubicació (om a etiqueta i geolocalitzada)