



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Economía y Negocios
Departamento de Administración

Cómo usan Twitter los chilenos ante eventos deportivos

SEMINARIO PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

Participantes

MARÍA IGNACIA ARANCIBIA BRUCE
MARTINA CLAUDIA CELIS ROGGENDORF
CAROLINA JOSÉ CORNEJO FONTALBA

Profesor Guía

Ph.D. Rodrigo Uribe Bravo

Santiago, Chile. Enero 2016

Agradecimientos

En primer lugar agradecemos a nuestro profesor guía Rodrigo Uribe por apoyarnos durante todo este proceso y compartir su vasta experiencia y conocimientos. Gracias por creer en nosotras e incentivarnos a dar lo mejor en este trabajo.

También agradecemos a Francisco Villegas y Jorge Gálvez por proporcionarnos los datos necesarios para realizar este estudio y por su constante disposición a ayudar.

María Ignacia Arancibia Bruce

Martina Claudia Celis Roggendorf

Carolina José Cornejo Fontalba

Agradezco a todos quienes me han apoyado y me han acompañado a lo largo de mi carrera. En especial agradezco a mi familia; a mis padres por impulsarme a cumplir las metas que me he propuesto, enseñarme a valorar el trabajo bien hecho, pero sobre todo por confiar y creer en mí. A mis hermanas, Kika y Javi por cuidarme, enseñarme y darme ánimo en todo momento, y a Acabe, por tanto cariño entregado.

Agradezco también a mis amigas y a Mario, por compartir esta etapa conmigo y estar presentes en los buenos y malos momentos.

Finalmente agradezco a mis compañeras Marti y Caro por el trabajo realizado, el esfuerzo y las ganas puestas.

María Ignacia Arancibia Bruce

Me gustaría agradecer en primer lugar a mis padres, Francisco y Claudia, quienes han sido un apoyo incondicional y han velado para que tenga un excelente desarrollo personal y profesional. En segundo lugar a mi hermana Daniela, quien ha sido desde siempre mi guía, confidente, pero por sobretodo mi amiga. Agradezco también a toda mi familia quienes han confiado en mí y me han motivado en estos cinco años de carrera, sobretodo mi abuelo Hugo, quien es mi inspiración y ejemplo a seguir.

También a todos mis amigos y amigas, que han estado presente, apoyándome y motivándome para poder superarme cada día.

Finalmente quiero agradecer a mis compañeras María Ignacia y Carolina por todo su esfuerzo y dedicación constante y así poder dar lo mejor de nosotras en este trabajo.

Martina Claudia Celis Roggendorf

En primer lugar le quiero dar las gracias a mis padres, Carmen y Marco, por ser los mejores, por estar siempre conmigo brindándome su incondicional apoyo y sobre todo por confiar en mí, impulsándome a cumplir mis sueños. Han sido un ejemplo de dedicación y esfuerzo, sin ustedes no hubiese podido lograr lo que soy

hoy en día. En segundo lugar a mi abuelos, quienes me han acompañado y apoyado, siendo un pilar fundamental en mi formación personal como profesional. Por último, a mis hermanos y amigos, especialmente a mi hermano Fabián, por compartir tantos momentos de felicidad y el amor que me han entregado. A mis compañeras Nachi y Marti por la dedicación y motivación entregada en este trabajo.

Carolina José Cornejo Fontalba

Resumen Ejecutivo

Las redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp han cobrado real importancia a nivel global e impactan significativamente en la vida diaria de cientos de millones de usuarios. (Batool, Khattak, Maqbool, & Lee, 2013)

Las ventajas que poseen las redes sociales es que permiten el intercambio de conocimientos e información entre diferentes grupos de personas de manera rápida. (Baruah, 2012) En particular, Twitter es utilizada para compartir consejos, opiniones, noticias, estados de ánimo, preocupaciones o hechos en 140 caracteres. (Batool, Khattak, Maqbool, & Lee, 2013)

Dada la importancia que poseen las redes sociales en el mundo y en Chile, es que surge la inquietud de determinar cómo es la conducta de twiteo de los chilenos frente a eventos que son capaces de atraer la atención ciudadana masivamente.

Para resolver la inquietud planteada anteriormente, el presente estudio presenta un análisis exploratorio de cómo es el comportamiento en Chile frente a un gran evento deportivo, como son los partidos de la Selección Chilena de Fútbol en el marco de las clasificatorias al Mundial de Rusia 2018. En este contexto, el Capítulo I describe cómo es el comportamiento de los twitteros ante tres partidos clasificatorios al Mundial, indicando básicamente el tamaño de la conversación. En relación a éste punto es posible mencionar que la conversación generada durante estos eventos es bastante grande, habiendo gran cantidad de tweets por minuto en los 3 partidos medidos. A pesar de lo anterior, la conversación no es uniforme a

lo largo de todos los momentos del partido, concentrándose en el Primer y Segundo Tiempo, y en hechos específicos y de alto impacto, como goles.

En el Capítulo II se realiza un análisis de contenido de los tweets para entender de qué trata la conversación generada en la red social. Respecto a la conversación, se da una dinámica similar en todos los partidos, iniciando con comentarios optimistas de aliento y apoyo a la Selección Chilena. A medida que va avanzando el partido, los comentarios varían de acuerdo al resultado del momento, por ejemplo, si Chile va ganando se mantienen los comentarios de ánimo, si se está frente a un empate surgen tweets de apoyo, otros técnicos y algunos críticos con el juego. Por último, si Chile va perdiendo van apareciendo más comentarios críticos hacia la formación, los cambios de jugadores que se deben realizar y la labor de Director Técnico. Cabe mencionar que los Tweets son emitidos por personas naturales, instituciones y celebridades, siendo las personas quienes realizan la mayor cantidad de comentarios. Además, hombres y mujeres twitteen siendo los hombres quienes twitteen en mayor cantidad. Respecto al dispositivo utilizado para realizar comentarios en Twitter, el celular es el más utilizado.

Finalmente en el Capítulo III se revisa el uso específico de palabras, mencionando las palabras más utilizadas en los tweets en el período de medición establecido. De acuerdo a este punto, se logra identificar la existencia de un patrón común a la hora de twitteen, ya sea para referirse a la Selección Chilena o a los jugadores de esta. Cuando se quiere expresar un mensaje relacionado con la selección, se utiliza el nombre de los equipos que se enfrentaran y palabras de ánimo para dar apoyo a la selección, mientras que cuando se quiere comentar acerca de

jugadores de la selección, se utilizan sus nombres o apodos, siendo los que juegan un rol clave en el partido los que se citan con mayor frecuencia.

Contenido

Introducción.....	1
Marco Teórico	4
Qué es Twitter	4
Cómo se mide la actividad en Twitter	5
a) Extracción de menciones en Twitter	5
b) Sentimientos y Twitter.....	5
c) Tópicos y Twitter	6
Uso y adopción de Twitter en distintos eventos.....	7
Resumen Marco Teórico.....	8
Objetivos	9
Objetivo general.....	9
Objetivo específico	9
Metodología.....	10
Diseño de la investigación	11
Selección de los eventos a analizar.....	12
Muestra.....	13
Análisis de Datos	14
Resultados	16

I. Comportamiento de los twitteros frente a los partidos clasificatorios al Mundial Rusia 2018.....	16
Tamaño de la conversación	16
Flujo de menciones en Twitter y Rating	18
Flujo de la conversación.....	27
Conclusiones del comportamiento de los twitteros frente a los partidos clasificatorios al Mundial Rusia 2018	30
II. Contenido Tweets	32
Contenido Tweets previo al partido	32
Contenido Tweets Primer Tiempo	33
Contenido Tweets Medio Tiempo.....	36
Contenido Tweets Segundo Tiempo	37
Contenido Tweets terminado el partido.....	40
Quién y Cómo twittea	41
Conclusiones sobre contenido de los tweets	44
III. Uso específico de palabras en los tweets.....	46
Nube de palabras partido Chile - Brasil.....	46
Nube de palabras partido Chile - Colombia.....	47
Nube de palabras partido Chile - Uruguay	49
Conclusiones del uso específico de palabras en los tweets.....	51

Conclusiones.....	52
Implicancias del estudio para el uso comercial de Twitter	54
Limitaciones del estudio	54
Bibliografía	56
Anexos	58
Anexo 1: Menciones Partido Chile - Brasil.....	58
Anexo 2: Menciones Partido Chile – Colombia.....	70
Anexo 3: Menciones Partido Chile – Uruguay	82

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Menciones Totales v/s Rating Chile - Brasil.....	20
Gráfico 2: Menciones Totales por Jugador Chile - Brasil	21
Gráfico 3: Menciones Totales v/s Rating Chile - Colombia	23
Gráfico 4: Menciones Totales por Jugador Chile - Colombia	23
Gráfico 5: Menciones Totales v/s Rating Chile - Uruguay	26
Gráfico 6: Menciones Totales por Jugador Chile - Uruguay.....	27
Gráfico 8: Menciones por Momento del Partido Chile - Colombia.....	29
Gráfico 7: Menciones por Momento del Partido Chile - Brasil	28
Gráfico 9: Menciones por Momento del Partido Chile - Uruguay.....	29

Índice de Tablas

Tabla 1: Palabras Clave	12
Tabla 2: Detalles Partido	13
Tabla 3: Horarios Partidos.....	14
Tabla 4: Muestra	15
Tabla 5: Menciones en Detalle	17
Tabla 6: Menciones Totales	17
Tabla 7: Entidad que Twittea.....	42
Tabla 8: Género de quién Twittea	42
Tabla 9: Dispositivo utilizado para Twitrear	43
Tabla 10: Cantidad de Retweets v/s Tweets Originales	43

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Nube "Selección" Chile - Brasil	47
Ilustración 2: Nube "Jugadores" Chile - Brasil	47
Ilustración 3: Nube "Selección" Chile - Colombia	48
Ilustración 4: Nube "Jugadores" Chile - Colombia	49
Ilustración 5: Nube "Selección" Chile - Uruguay	50
Ilustración 6: Nube "Jugadores" Chile - Uruguay	50

Introducción

Desde hace ya algunos años que las redes sociales han cobrado importancia en el mundo, y Chile no está ajeno a esta realidad. En Chile, la penetración de las redes sociales llegó a un 60% en octubre del 2014, y el 2015 se ha observado un crecimiento en el uso de éstas. (Santa María, 2014)

Las tendencias han revelado que las redes sociales se están usando al momento de ver televisión. Según cifras del estudio Social TV Chile 2015, elaborado por VTR el año 2014, un 65% de los televidentes con acceso a Internet comentaba en una o más redes sociales sobre contenidos televisivos. Esta cifra ha aumentado hasta un 79% para el año 2015, con un crecimiento que va al ritmo de países desarrollados. (VTR, 2015)

Es así como realizar comentarios mientras se ve televisión parece ser un hábito común, teniendo que un 58% de las personas comenta mientras está viendo el programa, mientras que un 26% comenta ya habiendo finalizado éste. (VTR, 2015) Dado lo anterior, puede decirse que los televidentes han cambiado su forma de consumir este medio, siendo las redes sociales uno de los protagonistas en este cambio.

En Chile, la red social más utilizada para comentar sobre la televisión es Facebook, preferida por un 94% de las personas según el estudio Social TV Chile 2015 de VTR. Le sigue WhatsApp, empleada por un 61% de las personas y luego Twitter, con un 41% de las personas que afirman utilizar esta herramienta en el contexto de ver TV. (VTR, 2015)

Twitter corresponde a una red de microblogging, que permite emitir comentarios (tweets) de 140 caracteres. Los usuarios pueden optar por compartir sus tweets públicamente o restringir el acceso a sus tweets para aquellos usuarios autorizados. (Hughes & Palen, 2009). Una de sus principales características es su inmediatez y el uso de *Hashtags* para la interacción. Los *Hashtags*, que se simbolizan con el signo #, corresponden a etiquetas para agrupar menciones sobre un tema determinado. (Unidad de Modernización y Gobierno Digital, Ministerio de Secretaría General de la Presidencia)

Los primeros estudios sobre el uso de Twitter se remontan al año 2007 y describen las características generales de la totalidad de la red social, incluyendo categorización de los usuarios y sus comportamientos, topológica y propiedades geográficas de la red del sitio, y patrones de su crecimiento. (Hughes & Palen, 2009)

También existen otros estudios de casos más particulares que describen el uso de Twitter en eventos de convergencia de masas (como convenciones políticas) y en eventos de emergencia (como huracanes) en Estados Unidos. La elección de estos eventos se debe a que interrumpen la vida rutinaria o bien hacen que ésta cambie de alguna manera. (Hughes & Palen, 2009)

Es posible notar que a pesar de que desde el año 2007 se ha estudiado el uso de Twitter a nivel general y particular, en la actualidad no existen estudios enfocados en la realidad chilena y los eventos que ocurren en el país. Es por esto que la siguiente investigación se enfocará en el uso de Twitter en un tipo de evento deportivo con importancia para los chilenos; los partidos de Chile de las

clasificatorias al Mundial de Rusia 2018. En particular se analizarán los partidos de Chile – Brasil, Chile – Colombia y Chile – Uruguay.

A través de éste análisis se busca conocer cómo se utiliza Twitter para comentar sobre los programas expuestos anteriormente. Además de identificar cuánto se twittea, se identificará qué se twittea, cuáles son los temas de los que se habla y la impresión general de los usuarios frente a los eventos.

Marco Teórico

Las redes sociales el último tiempo han jugado un rol importante en la vida de los usuarios, modificando sus conductas como el estilo de vida que llevan hoy en día. Chile no está fuera de esto, es más, el último tiempo los chilenos han aumentado el uso de estas redes logrando superar el promedio global (El Mercurio Media Center, 2013), logrando un 78,6% de crecimiento local según la agencia de medios UM.

Qué es Twitter

Twitter es una plataforma virtual fundada el 13 de Julio de 2006, que funciona como una red de información en tiempo real, lo que permite que las personas puedan ver los acontecimientos más recientes de acuerdo a los temas de interés para ellos (Twitter, 2015). Frente a las eventualidades los usuarios pueden manifestar su opinión mediante tweets, los cuales son mensajes cortos de 140 caracteres como máximo.

Twitter ha sido una de las redes sociales preferidas el último tiempo, creciendo año a año su penetración alrededor del mundo. En Chile su presencia alcanza 1.700.000 usuarios diarios (Talento Virtual, 2015). Esta red es una plataforma que funciona como blog, en donde sus usuarios pueden expresar mediante mensajes cortos sus opiniones, avisos, o lo que deseen expresar. A través de su análisis se puede determinar los intereses y efectos en sus vidas de las redes sociales, logrando obtener datos de las vidas personales y obtener perfiles de usuarios de la plataforma.

Cómo se mide la actividad en Twitter

a) Extracción de menciones en Twitter

La extracción y clasificación de las menciones no es una tarea fácil, existen herramientas que cumplen esta función, pero los resultados obtenidos difieren de clasificaciones realizadas manualmente (Batool, Khattak, Maqbool, & Lee, 2013). Si bien las herramientas logran aproximarse a clasificaciones precisas, éstas están limitadas por el hecho de no poder identificar si realmente pertenece a un tema en particular, ya que no es capaz de discriminar sinónimos de las palabras. Como también no tiene la capacidad de leer mensajes irónicos, clasificándolo erróneamente. Es por esto, que las clasificaciones manuales aseguran el clasificar correctamente según el sentido que se le está dando en la investigación, como también considerar tweets que contienen palabras sinónimas y que pueden tener el mismo sentido que otras. Frente al sentido o sentimiento de los tweets, los investigadores suelen ser más seguros ya que pueden entender el mensaje mejor que una herramienta y así etiquetar a tales menciones de una forma correcta. Sin embargo se debe reconocer que al participar más de un investigador pueden existir distintos criterios de clasificación, dado esto es importante funcionar de una manera similar como lo hacen las herramientas, es decir, determinar ciertos criterios de selección que ayuden en la clasificación y así no tener problemas de subjetividad en el estudio.

b) Sentimientos y Twitter

Se han realizado estudios en dónde demuestran que detrás de una expresión, sin importar el número de caracteres de ésta, existe un sentimiento que provoca la

motivación de publicar un pensamiento u opinión, el cual genera impacto en otros usuarios motivándolos a repetir el mensaje o bien a comentarlo y así generar un debate. En el último tiempo, se han realizado estudios en donde intentan clasificar los tweets a partir del sentido que se le ha querido dar.

La clasificación general que se ha utilizado es si la mención es positiva, negativa o neutra. Sin embargo, esta clasificación es muy amplia y no considera el sentimiento que realmente se ha querido expresar. Dado esto, otros autores han intentado darle una clasificación de sentimiento específico a cada mención.

c) Tópicos y Twitter

Twitter no es solo un microblog que permite la libre expresión de los usuarios, sino que también es una fuente de unión para los twittereros. A través del uso del *Hashtag* permite crear cercanía entre aquellos que presentan intereses similares y opinen acerca de temas parecidos, facilitándoles la información que les parece relevante y motivándolos a publicar en aquello que es de su interés generando conversaciones con otros y ampliando la red en la cual se encuentran insertos.

Los tópicos de los cuales se habla en Twitter son variados, como por ejemplo deportes, espectáculos, religión, etc. No existe limitación en los temas a tratar, ya que los usuarios pueden comentar de lo que deseen y según en el impacto en otros usuarios es que tan dominante será en el microblog.

En los últimos años se ha intentado crear clasificaciones para las menciones, para esto se han desarrollado herramientas que logran dar resultados, pero que no son de la misma precisión que la clasificación manual. En ambos casos a partir de las palabras empleadas en el mensaje y las etiquetas realizadas se discrimina a que

tema podría pertenecer y se encasilla en alguno. La manera general de realizarlo en las herramientas es a través del análisis del *Hashtag* usado, lo que muchas veces genera dobles clasificaciones o bien menciones que no se relacionan con el *Hashtag* pero lo emplean ya que el tema puede ser de atracción para otros usuarios (Batool, Khattak, Maqbool, & Lee, 2013).

O bien las personas no usan el *Hashtag* indicado frente al tema que quieren comentar, en las palabras mencionadas intentan dar un sentido pero que a fin de cuentas no tiene relación directa o no es la etiqueta apropiada que describa de mejor manera lo que se desea dar a conocer.

Uso y adopción de Twitter en distintos eventos

El uso de Twitter no es el mismo de acuerdo al tipo de evento que se esté evaluando, por ejemplo en eventos de convergencia de masas como convenciones políticas, y en eventos de emergencia como huracanes, el comportamiento de los twittereros es diferente al de usos más generales de la red social. Esto se debe a que en éste tipo de evento la vida rutinaria se ve interrumpida por lo que los mensajes de Twitter enviados durante este tipo de eventos tienen el objetivo de intercambiar información prioritariamente. Además la capacidad de Twitter de enviar y transmitir rápidamente a una amplia audiencia mensajes con dispositivos móviles, genera que sea “natural” el uso de ésta red social en este tipo de eventos. (Hughes & Palen, 2009)

Por otra parte, se ha determinado que quienes comienzan a utilizar Twitter durante este tipo de eventos son más propensos a convertirse en adoptantes a largo plazo de la tecnología. (Hughes & Palen, 2009)

Resumen Marco Teórico

Twitter se ha convertido en una de las herramientas más usadas por los usuarios de aplicaciones, en donde pueden compartir sus opiniones mediante etiquetas que les permiten compartir sus temas de interés fácilmente con similares. La masificación y popularidad de ciertos temas ha provocado que surjan ciertas herramientas y métodos con el fin de medir y analizar el comportamiento twittero de los usuarios. Sin embargo esta labor no ha sido fácil por la complicación que se genera al clasificar las etiquetas o encontrar el verdadero sentido de una mención, lo que ha provocado que la evaluación manual suele ser más efectiva que las establecidas hasta hoy en día.

La variedad de temas en Twitter suele ser muy amplia, no se limita a un cierto tipo de tópicos, sino que se da la libertad de opinión en el. Se ha utilizado en eventos en donde además de informar lo que está ocurriendo pueden expresar sus sentimientos y opiniones acerca de uno en particular. Sin embargo, el uso de un evento y otro es distinto, lo que marca la diferencia entre el comportamiento de los usuarios como en la cantidad y tendencias que se generan en la dinámica general de los temas acercas del evento.

Objetivos

Objetivo general

- Determinar la conducta de twitteo en televidentes chilenos frente a eventos deportivos.

Objetivo específico

- Describir el comportamiento de las personas al twittear identificando la existencia de patrones comunes.
- Describir el contenido de los tweets, identificando similitudes y diferencias entre los eventos.
- Identificar el perfil del twitterero, descubriendo factores que influyen en su conducta a la hora de twittear.
- Identificar la existencia de una posible relación entre el nivel de audiencia de un evento televisivo y el uso de Twitter

Metodología

Esta investigación pretende analizar cómo es el uso de Twitter por parte de los chilenos ante eventos deportivos, en particular los partidos de fútbol jugados por Chile en las clasificatorias para el Mundial de Rusia 2018. Esto pretende además contrastarse con la audiencia televisiva y por ende comparar el *rating* televisivo v/s el *rating social*, viendo así si existe alguna similitud o diferencia entre éstos.

Para poder comprender este estudio es necesario tener en cuenta conceptos fundamentales que se mencionarán y explicaran a continuación.

Conceptos:

Audiencia social: Se encuentra constituida por un grupo de espectadores que utilizan más de una pantalla o dispositivos electrónicos mientras consumen contenidos televisivos (Deltell, 2013). Analiza qué parte de la audiencia interactúa con un programa a través de las redes sociales, midiendo el *engagement* o fidelización. Permite además determinar las opiniones y emociones que genera el contenido (Portaltic, 2013).

Hashtag: También llamado etiqueta, sirve para agrupar menciones sobre un tema determinado. Esto permite, por una parte, ver los temas que están siendo *Trending Topic* (una de las palabras o frases más repetidas en un momento concreto en Twitter), como comentarios de otros respecto del mismo tema. Así se vuelve un elemento poderoso, puesto que permite contabilizar y monitorear los tweets, como también el contenido de estos.

Retweets: son mensajes que sirven para reenviar tweets escritos por otras personas, es decir, compartir el mensaje de otros, produciendo un efecto expansivo al permitir que más personas puedan acceder a ese mensaje.

Diseño de la investigación

Para esta investigación se requirieron dos tipos de datos: la audiencia televisiva y los de la audiencia social.

Los datos de la audiencia televisiva usados fueron el *rating* y share por partido, ambos fueron proporcionados por la empresa Canal del Fútbol (CDF) y obtenidos a través de la herramienta People Meter.

Los datos de la audiencia social usados fueron los relacionados con Twitter, tales como la cantidad de menciones totales, menciones específicas y palabras que más se nombraron durante el período de medición. Estos datos se extrajeron mediante el programa *Analitic Pro*. Con esta herramienta, se midieron aquellos tweets en los que se mencionaba a la Selección Chilena, al Director Técnico de la selección (Jorge Sampaoli) o a algunos jugadores de Chile (Claudio Bravo, Alexis Sánchez, Arturo Vidal, Eduardo Vargas, Jorge Valdivia, Gary Medel o Gonzalo Jara). Se escogieron a dichos jugadores pues son los más conocidos y tendían a tener la mayor cantidad de menciones en Twitter. Los *Hashtags* utilizados para identificar a la Selección, el Director Técnico o los jugadores se presentan en la Tabla 1.

Palabras Clave		
Selección Chilena		selección chilena ; #CHI ; chile ; @LaRoja
Jugadores	Jorge Sampaoli	Sampaoli
	Claudio Bravo	@C1audioBravo ; bravo
	Alexis Sanchez	@Alexis_Sanchez ; alexis ; sanchez ; niño maravilla
	Arturo Vidal	@KingArturo23 ; Vidal ; Rey Arturo
	Eduardo Vargas	@eduvargas_17 ; vargas
	Jorge Valdivia	@el_mago_oficial ; valdivia
	Gary Medel	@MedelPitbull ; medel
	Gonzalo Jara	jara ; jarita

Tabla 1: Palabras Clave

Selección de los eventos a analizar

Para el análisis, los eventos elegidos fueron los partidos en donde Chile fuese uno de los equipos participantes, estos fueron Chile – Brasil, Chile – Colombia y Chile – Uruguay. La elección de estos eventos se debe a que poseen una alta afluencia de público, es decir, convocan a una gran cantidad de chilenos interesados a saber qué ocurre en estas instancias y dar su opinión en alguna red social. Otra razón de por qué fueron escogidos es que corresponden a un evento “esporádico”, es decir no generan sentimientos hasta que estos se llevan a cabo, siendo comentados solamente momentos previos al partido, durante y después de éste. Lo que permite realizar el análisis con la gran mayoría de tweets relacionados con cada encuentro.

Otra razón de estudiar el comportamiento de los twitteros frente a las clasificatorias Rusia 2018, es realizar una comparación entre las actitudes y

patrones de motivación para comentar los partidos frente al tipo de resultado obtenido. En este caso, Chile ganó un partido (Chile – Brasil), luego empató (Chile – Colombia) y finalmente perdió (Chile – Uruguay), por lo que es interesante ver cómo el resultado puede influir en la conducta de los twitteros. En la Tabla 2, se puede apreciar el detalle de los partidos seleccionados.

Partido	Fecha	Resultado	Horario	Local/Visita	Transmisión
Chile - Brasil	8-oct-15	2 – 0	20:30	Local	MEGA y FOX
Chile - Colombia	12-nov-15	1 - 1	20:30	Local	MEGA y FOX
Chile - Uruguay	17-nov-15	0 -3	20.00	Visita	MEGA

Tabla 2: Detalles Partido

Cabe destacar que a pesar de que los partidos de Chile – Brasil y Chile – Colombia se transmitieron por Mega y FOX Sports Chile, sólo se considerará la audiencia del canal de televisión Mega puesto que éste corresponde a un canal de televisión abierta y por ende resulta más representativo.

Muestra

Respecto a la audiencia televisiva se utilizaron datos del *Rating* minuto a minuto de los partidos de Chile, éstos se obtuvieron mediante la herramienta *People Meter* para cada uno de los partidos. La muestra considera los datos de 600 hogares a lo largo del país, los cuales están repartidos en 7 ciudades, y además clasificados por grupo socioeconómico (ABC1, C2, C3, D), en donde hay 150 hogares por cada grupo (Kantar Ibope Media).

Por otra parte, la muestra de Twitter corresponde a todas las menciones realizadas por usuarios en Chile de la red social, durante los siguientes días y horarios.

Día	Horario
08-oct-15	20:05 - 22:52
12-nov-15	20:06 - 22:56
17-nov-15	19:32 - 22:20

Tabla 3: Horarios Partidos

Cabe recordar que los horarios consideran la Previa o momento previo (media hora antes que comience el partido), el Primer Tiempo, el Medio Tiempo (conocido también como Entre Tiempo), el Segundo Tiempo, los Minutos Adicionales de cada tiempo y el After o período después (media hora después de finalizar el partido).

Análisis de Datos

Para realizar el análisis de los tweets se elaboró una base en Excel con las menciones de cada partido según el horario de medición determinados para cada uno de ellos. A partir de ésta base, se filtró el 5% del total de cada encuentro para analizar el contenido de uno de ellos. Este filtro se realizó de manera sistemática aleatoria, es decir, aleatoriamente se consideró un número y a partir de este sistemáticamente se seleccionaron los tweets, con el fin de capturar todos los momentos del partido y lograr la mayor representatividad a lo largo de este.

Luego de obtener los tweets filtrados se eliminó aquellos que no tenían relación con el partido en cuestión, como por ejemplo, avisos publicitarios, campañas de

fans club, u otros que no tenían índole con el encuentro en sí. En la tabla a continuación se da conocer la muestra óptima y la muestra final con la que se trabajó.

Partido	Cantidad Total de Menciones	5% de las Menciones	Muestra Final
Chile – Brasil	48.712	2.436	2.199
Chile – Colombia	32.603	1.630	1.565
Chile – Uruguay	33.927	1.696	1.533

Tabla 4: Muestra

Resultados

I. Comportamiento de los twitteros frente a los partidos clasificatorios al Mundial Rusia 2018

En esta primera sección se pretende describir cómo es el comportamiento de los twitteros ante los partidos clasificatorios al Mundial, es así como resulta relevante evaluar el tamaño de la conversación generado en esta red.

Tamaño de la conversación

Para el terremoto del 2010 la cantidad de tweets emitidos con el *Hashtag* #terremotochile fueron alrededor de 81.000 según un estudio realizado por la compañía Social Metrix. Así, mirando las menciones en las tablas 5 y 6 para cada partido de fútbol, se puede ver que el tamaño de la conversación es bastante grande, no solo por el número de menciones en sí, sino que también porque éstas se realizan en un período de 170 minutos aproximadamente, el cual fue el tiempo de medición de cada partido.

	Menciones Totales		
	Chile – Brasil (2 – 0)	Chile – Colombia (1 – 1)	Chile – Uruguay (0 – 3)
Selección Chilena	48.857	32.703	34.074
Total Jugadores	33.073	25.238	44.197
Jorge Sampaoli	2.008	2.687	7.330
Claudio Bravo	2.927	4.604	3.966
Alexis Sanchez	10.586	4.504	6.322
Arturo Vidal	3.065	6.588	8.050
Eduardo Vargas	6.178	1.901	3.424
Jorge Valdivia	3.401	2.855	5.445
Gary Medel	3.035	761	2.067
Gonzalo Jara	1.837	1.338	8.605
TOTAL	81.894	57.941	79.283

Tabla 5: Menciones en Detalle

Partido	Minutos	Menciones Totales	Menciones por Minuto	Mínimo	Máximo
Chile - Brasil	168	81.894	487	126	2.651
Chile - Colombia	171	57.941	339	101	1.673
Chile - Uruguay	169	79.283	469	1	1.527

Tabla 6: Menciones Totales

Al observar el promedio de menciones por minuto, éste es bastante alto para todos los partidos. En el partido de Chile – Brasil, donde Chile ganó y además fue el primer partido clasificatorio, se alcanzan 487 menciones por minuto. Cabe mencionar que en este partido es dónde la cantidad total de menciones es la más alta de los 3 eventos, alcanzando un total de 81.894 menciones. Esto puede deberse a que éste partido fue el primero de las clasificatorias, por lo que era altamente esperado por los chilenos y por otra parte, se trataba de la revancha de un peleado juego contra Brasil luego de que Chile fuera vencido en octavos de final de la Copa del Mundo Brasil 2014.

En el partido de Chile – Colombia, el cual resultó en un empate, se obtiene la menor cantidad de menciones por minuto con 339. Si bien éste no es el número de tweets por minuto da luces de que estos eventos tienen una gran convocatoria, donde las personas comentan intensamente respecto del evento.

Por otro lado la moda de las menciones en los partidos fue 299, 344 y 6 respectivamente, con bajas frecuencias que rondaban entre 3 y 4. Así esta medida no resulta ser relevante y se explica principalmente por la gran dispersión de las menciones, donde en Chile – Brasil por ejemplo tiene un mínimo de 126 y un máximo de 2.651 en el tiempo de análisis. Esta dispersión de los datos se explica principalmente por diferentes sucesos que ocurren en los partidos, los cuales incitan en mayor o menor medida a twittear. Por ejemplo los goles, tarjetas amarillas o cambios de jugadores, son eventos que motivan a las personas a celebrar, alegar, enojarse, entre otros.

Flujo de menciones en Twitter y Rating

En los gráficos 1, 3 y 5 se muestra el flujo de las menciones totales v/s el *rating* de televisión abierta de cada partido. En los gráficos 2, 4 y 6 puede observarse el flujo de las menciones por jugador.

Partido Chile - Brasil

En el gráfico correspondiente al partido Chile – Brasil, dónde Chile ganó 2 – 0, es posible observar que el flujo de menciones totales es constante en un principio, sin embargo destacan tres *peaks* a las 22:05, 22:23 y 22:25. El primer ascenso del gráfico, dónde hubo 1.827 menciones, se debe al primer gol de Chile de Eduardo Vargas. El segundo *peak* que posee 2.651 menciones se produce por el gol de Alexis Sánchez en el minuto 89' del partido. Respecto a la tercera alza del gráfico, con 2.567 menciones, se debe a los comentarios que hacen referencia al término del partido.

Al observar el detalle de menciones por jugador es posible notar que los protagonistas de éste evento son Eduardo Vargas y Alexis Sánchez. Vargas posee un *peak* a las 22:05 con 834 menciones, mientras que el *peak* de Sánchez es a las 22:23 con 1.257 menciones. En ambos casos el alza se debe a los goles realizados por los jugadores. Cabe mencionar que los *peaks* de twitteo cuando se realiza un gol, ocurre 3 minutos después de que este ocurre.

Al hacer una comparación entre el *rating* de la televisión y las menciones totales de Twitter, no es posible establecer una relación entre ambas curvas. El *rating* se mantiene relativamente constante, teniendo su nivel más bajo en la previa, probablemente porque los televidentes están comenzando a instalarse para ver el partido. A lo largo del desarrollo del primer tiempo, el *rating* es constante. La caída de ésta curva se observa en el medio tiempo, debido a que las personas tienden a cambiar la televisión en las tandas comerciales, sin embargo aumenta al empezar el segundo tiempo. Cuando el partido finaliza el *rating* baja. A diferencia de la

curva sobre menciones en Twitter, en este caso no existen saltos tan pronunciados frente a ciertos sucesos del partido, como puede ser un gol.

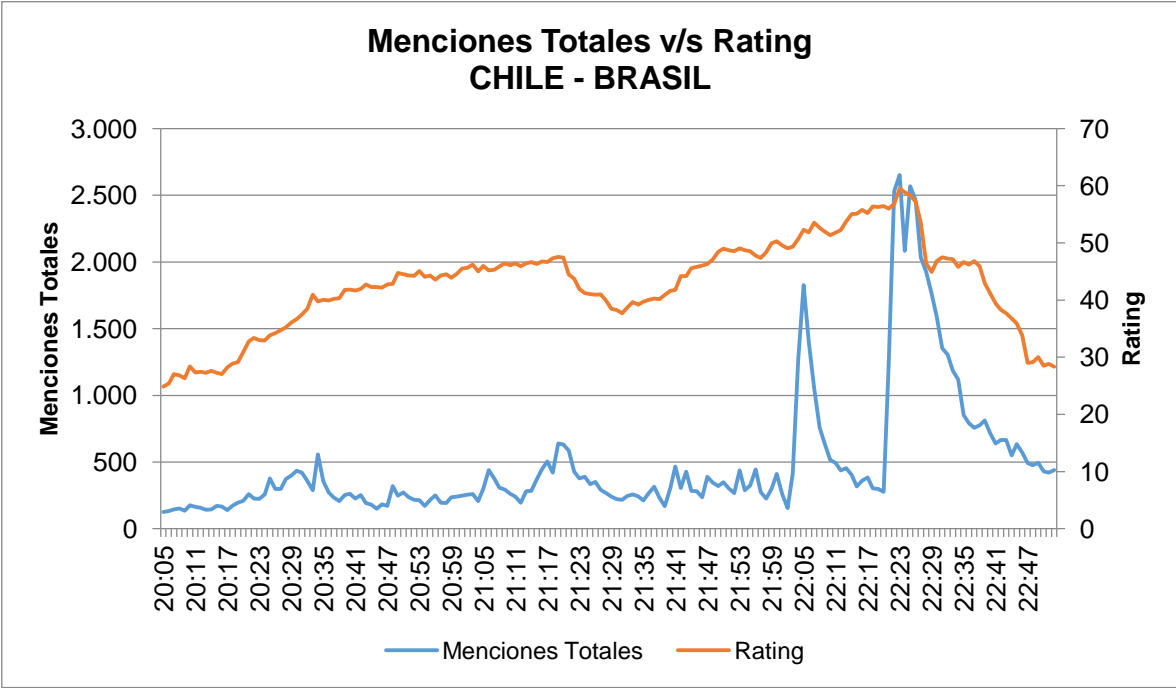


Gráfico 1: Menciones Totales v/s Rating Chile - Brasil

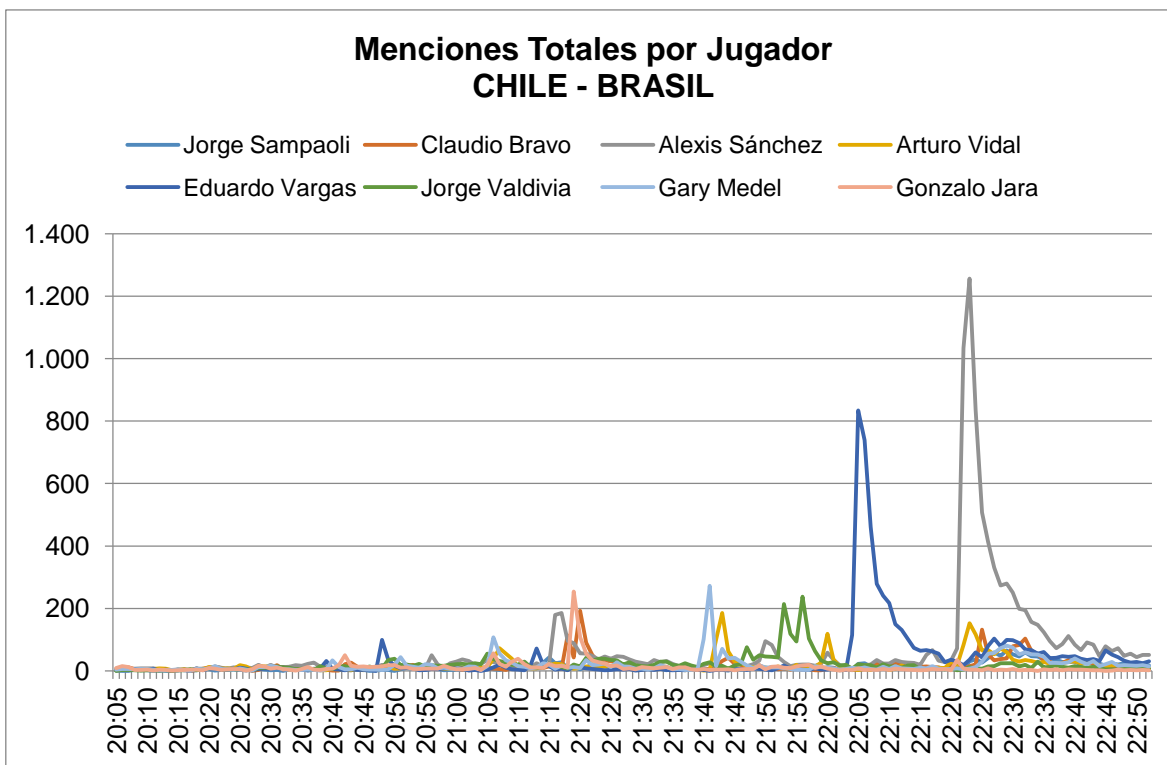


Gráfico 2: Menciones Totales por Jugador Chile - Brasil

Partido Chile - Colombia

Para el partido de Chile – Colombia, el cual resultó con un empate 1 – 1, se ve una cantidad menor de tweets y el flujo de menciones es bastante parejo hasta el gol de Vidal en el minuto 44'. Al mirar el detalle de las menciones por jugador, se puede ver que existen dos protagonistas claros de la conversación, estos son Claudio Bravo y Arturo Vidal. Bravo posee dos momentos *peak* a las 20:58 y a las 22:04 con 560 y 366 menciones respectivamente. Esto se debe a que en el minuto 14' de partido el portero chileno realiza una gran atajada de gol luego de un ataque del equipo contrario. Luego en el minuto 64' Bravo obtiene una tarjeta amarilla, luego de una reacción inesperada de este al patear molesto la pelota. Arturo Vidal, como se mencionó anteriormente, posee su momento *peak* a las

21:22 con 794 menciones luego del gol realizado. Es interesante destacar que los *peaks* de twitteo relacionados con la tarjeta amarilla y la atajada de gol se generan entre 7 a 9 minutos luego del suceso, mientras cuando hay gol la cumbre de tweets se genera sólo 3 minutos después.

Finalmente al comparar el rating de la televisión con el rating social (menciones en Twitter), se observa la nula relación entre ambas curvas. El rating es bastante parejo y aumenta durante el primer y segundo tiempo. En la previa este comienza a aumentar, debido a que las personas comienzan a encender los televisores antes de los partidos y esperarlo. Luego en el medio tiempo este tiene una caída probablemente porque las personas cambian el canal en los comerciales y finalmente luego de terminado el partido este cae de manera rápida. Así se puede ver que no existen *peaks* pronunciados como en Twitter al ocurrir algún suceso como un gol, cambio de jugador, entre otros.

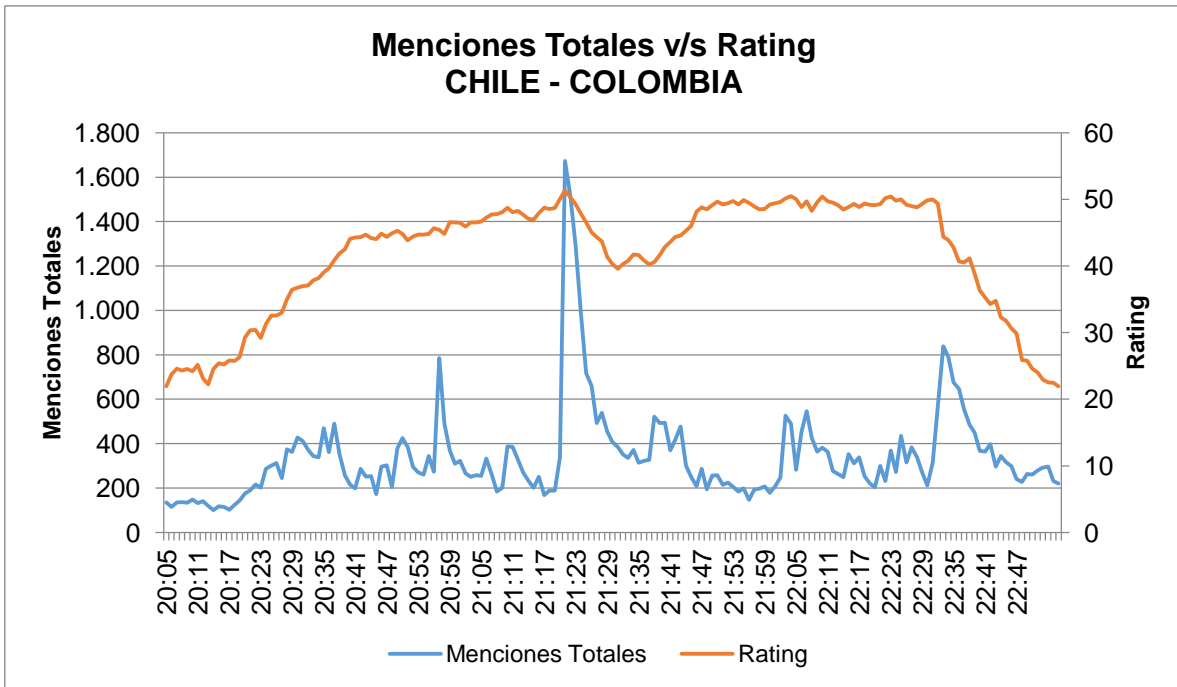


Gráfico 3: Menciones Totales v/s Rating Chile – Colombia

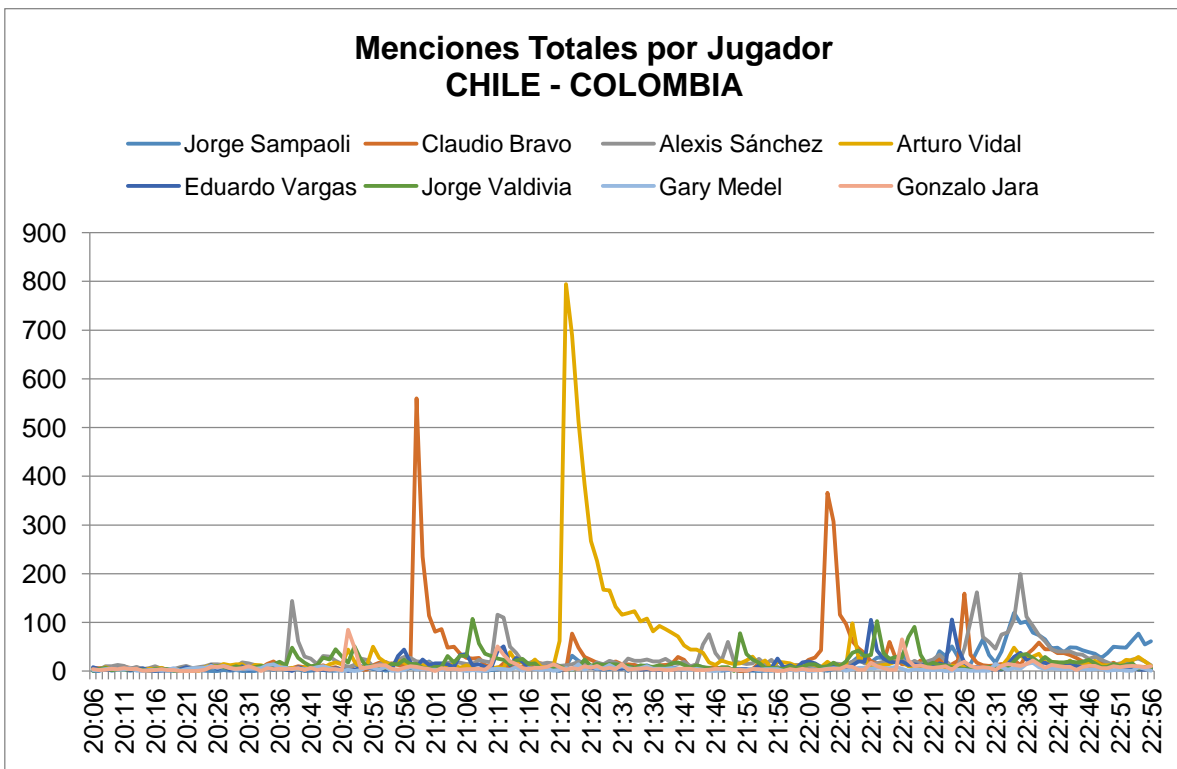


Gráfico 4: Menciones Totales por Jugador Chile - Colombia

Partido Chile - Uruguay

En el caso Chile – Uruguay el resultado obtenido fue 0 – 3, siendo la primera derrota para Chile en las eliminatorias Rusia 2018.

La curva de menciones totales de este partido presenta dos *peaks*, uno a las 21:29 (68') con 1.243 tweets y el segundo a las 21:57 (90'+2) con 1.527 tweets. El primero se relaciona con el primer cambio realizado por Sampaoli en la Selección Chilena, y el segundo *peak* al suceso protagonizado por Jorge Valdivia y el juez principal al finalizar el encuentro.

El comportamiento de los twitteros suele tener el nivel más bajo al comienzo del partido, y luego se produce al final del encuentro. Durante el transcurso del partido no existe una tendencia marcada, la dinámica suele ser al ocurrir una jugada culmine o una sanción las menciones comienzan a aumentar y luego de alcanzar a un clímax, el número de tweets van disminuyendo, así sucesivamente tras ocurrir un suceso relevante en el encuentro, ya sea que conlleve algún riesgo o una oportunidad de gol para el equipo. En casos particulares, cuando son situaciones claves el aumento de tweets tiende a ser más rápido que cuando son situaciones más cotidianas. Sin embargo, su deceso suele comportarse de la misma manera.

Respecto a los jugadores, los protagonistas en esta ocasión fueron Jorge Valdivia, alcanzando un *peak* de 648 tweets a las 21:57 (90'+2'), relacionándose con el altercado con el juez principal del encuentro, en el cual se le otorgó la pena máxima, tarjeta roja directa, implicando su expulsión del partido y suspensión en fechas posteriores. El otro protagonista fue Arturo Vidal, el cual se mencionó en

453 tweets a las 20:17 (16´) tras haber recibido una tarjeta amarilla por realizar una falta a un jugador del equipo rival. Lo que provoca su suspensión en el próximo partido. En ambos casos, se observa el patrón común de la ausencia de ambos jugadores en próximas fechas eliminatorias, los que son piezas claves en su posición, lo que podría provocar motivación a twittear ya que existe incertidumbre de la formación y desempeño de la Selección Chilena en tales fechas. Otra semejanza es el hecho que en ambos *peaks*, tras un suceso ocurrido en el partido se desencadena el twitteo, es decir, tras una eventualidad en el encuentro se genera el comportamiento de comentar en las redes sociales.

Se debe reconocer que Jorge Sampaoli y Gonzalo Jara fueron personajes con gran cantidad de menciones totales mientras transcurría el partido. El Director Técnico tuvo una mayor cantidad de tweets a partir del segundo tiempo, tras ir perdiendo contra Uruguay, mientras que Gonzalo Jara desde un principio tuvo bastantes menciones, dado el suceso con Cavani del partido anterior frente a Uruguay (Partido en la Copa América Chile 2015).

Al comparar la curva de menciones total con el rating se puede identificar que no existe un patrón común entre ambas curvas. Se puede notar que el rating en el Primer y Segundo Tiempo tienden a ser similares, pero en la Previa y After suele ser muy bajo. En el Medio Tiempo se observa una pequeña caída del rating frente al primer tiempo, siendo un hallazgo recurrente en los tres partidos de fútbol estudiados, ya que se asume que en este momento las televidentes aprovechan de ir al baño o hacer *zapping*. Un hallazgo, es que a diferencia de Chile – Brasil y Chile – Colombia la pendiente del rating es más pronunciada, existiendo un rápido

cambio del alto rating a uno bajo, esto se explica por el hecho que los chilenos no quieren escuchar noticias relacionadas al partido, ya sea conferencias de los jugadores o críticas de los locutores, y es por esto que prefieren apagar o cambiar de programa de televisión.

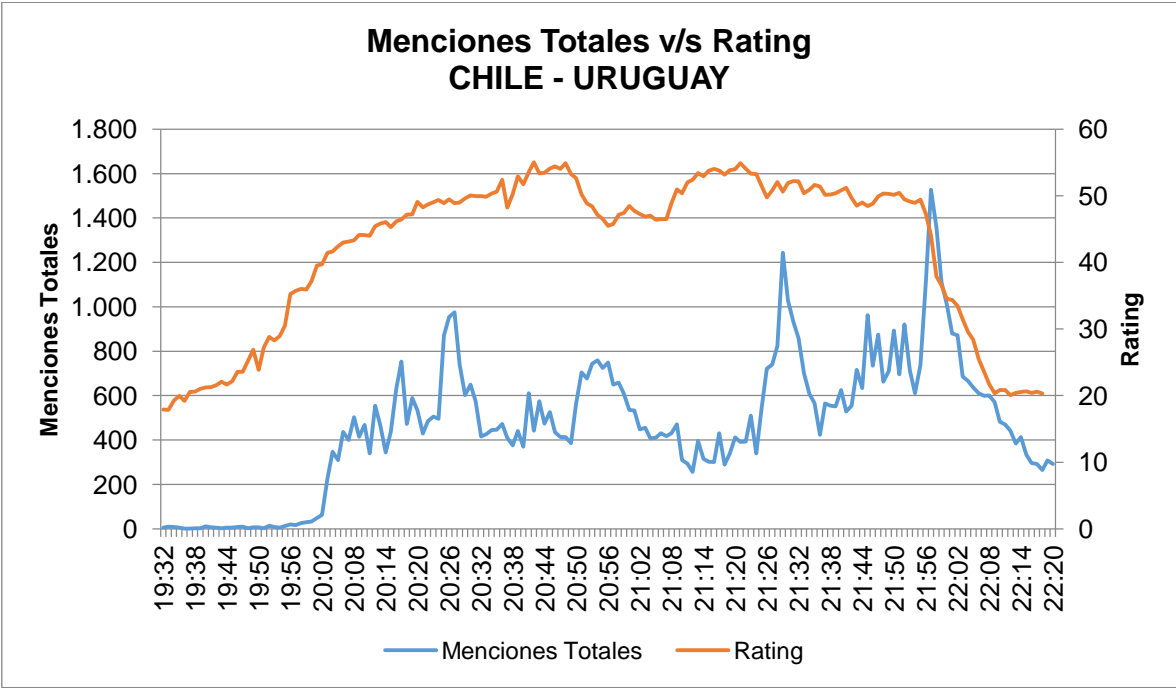


Gráfico 5: Menciones Totales v/s Rating Chile - Uruguay

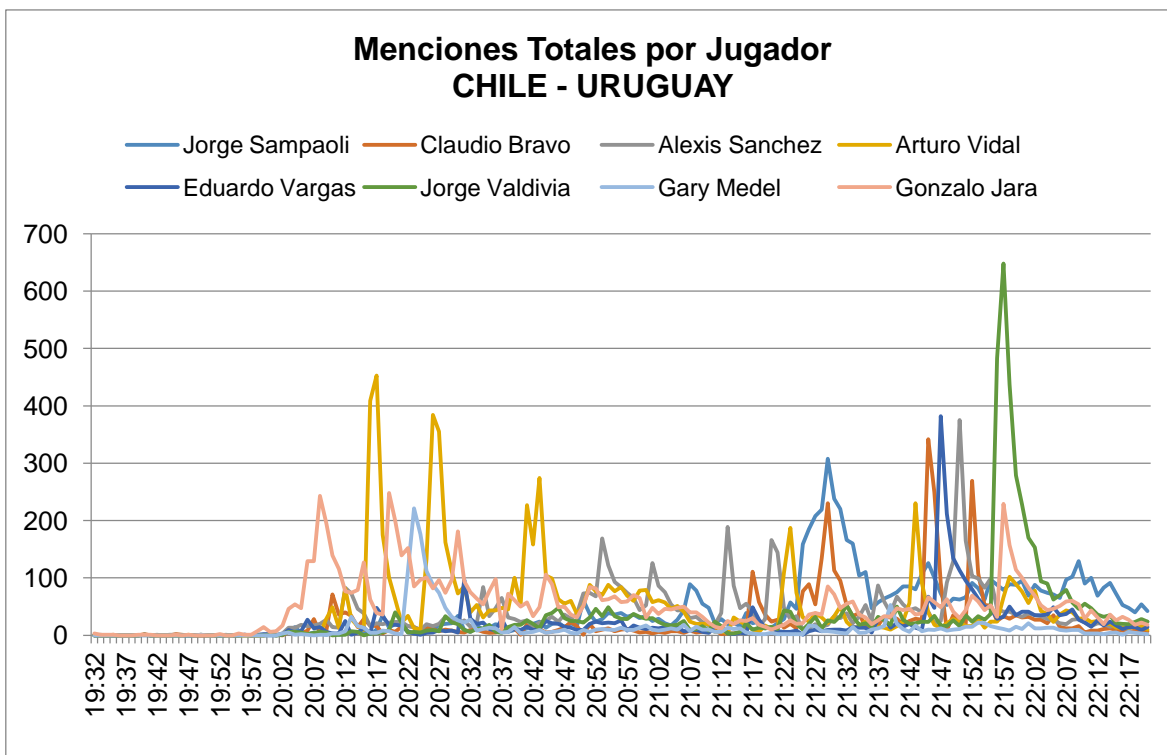


Gráfico 6: Menciones Totales por Jugador Chile - Uruguay

Flujo de la conversación

En los gráficos 7, 8 y 9 se puede observar que los flujos de la conversación son bastante dispares en los tres partidos. En el caso de Chile – Brasil, las menciones se concentran mayormente en el After y el Segundo tiempo, probablemente por el triunfo y los dos goles de Chile que ocurren en los minutos 72' y 89' del partido.

Luego para Chile – Colombia las menciones predominan en el Primer y el Segundo Tiempo, donde ocurre tanto el gol de Chile como el gol de Colombia. Se puede observar además que en el medio tiempo también existe una gran cantidad de menciones, ya que el gol de Chile realizado por Arturo Vidal fue al final del

segundo tiempo y por ende las menciones relacionadas se suman a ese momento del partido. El After por su parte también posee una gran cantidad de menciones, que no es muy diferente a las del Primer y Segundo Tiempo.

Finalmente para el caso de Chile – Uruguay las menciones también están concentradas en el Primer y Segundo Tiempo, a pesar de que no hay ningún gol de Chile. En el Primer Tiempo se dieron tres oportunidades de gol para Chile y una para Uruguay sumado al gol uruguayo realizado por Godín. Además hubo una falta de Cavani hacia Jara lo que desencadenó una pelea en la cancha entre ambos equipos. En el segundo tiempo se presentan cuatro tarjetas amarillas, además de dos goles por parte del equipo uruguayo, lo que puede explicar el mayor número de menciones del partido. Por último la tarjeta roja a Jorge Valdivia en el minuto 90'+2' genera un *peak* de menciones también en el After.

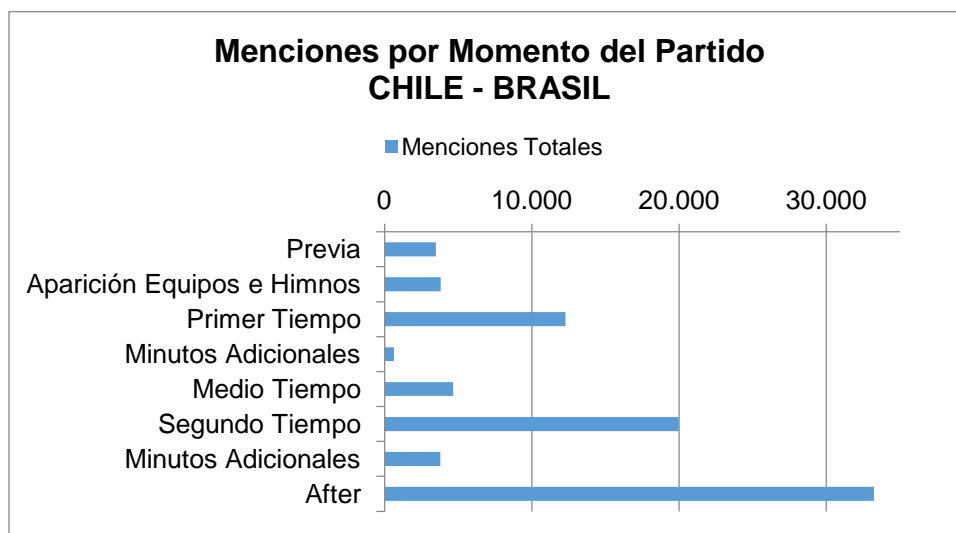


Gráfico 7: Menciones por Momento del Partido Chile - Brasil

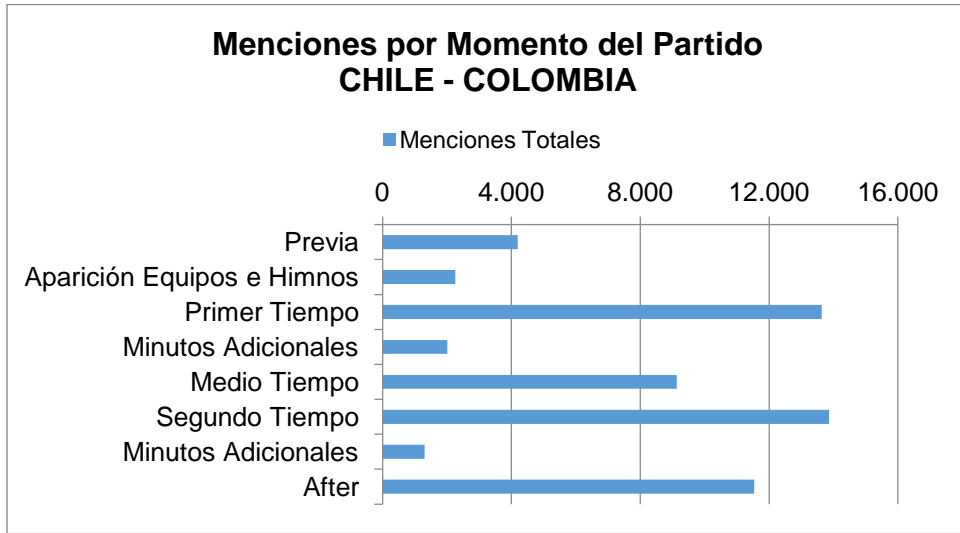


Gráfico 8: Menciones por Momento del Partido Chile – Colombia

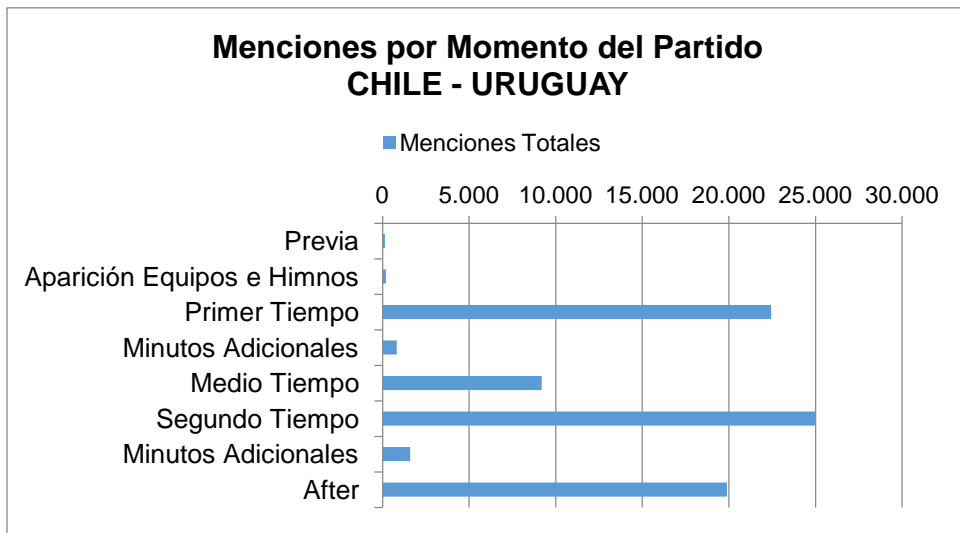


Gráfico 9: Menciones por Momento del Partido Chile – Uruguay

Conclusiones del comportamiento de los twitteros frente a los partidos clasificatorios al Mundial Rusia 2018

Del análisis anterior es posible concluir que el tamaño de la conversación que se genera en los partidos clasificatorios al Mundial Rusia 2018 es bastante grande, dado que para todos los partidos evaluados, se emite una gran cantidad de menciones totales en un periodo de 170 minutos aproximadamente.

La cantidad promedio de menciones por minuto para los partidos de Chile – Brasil, Chile – Colombia y Chile – Uruguay fue de 487, 339 y 469 respectivamente, las cifras anteriores demuestran que los eventos tienen una gran convocatoria. Respecto a la moda de las menciones ésta no es relevante dada la gran dispersión de las menciones generada por los diferentes sucesos que van ocurriendo a lo largo del partido.

De acuerdo al flujo de menciones totales en Twitter, independiente del resultado del partido, éste se mantiene constante hasta que ocurren sucesos importantes en el partido, como por ejemplo un gol, cambio de jugador o tarjeta. Los comentarios que se emiten al realizarse un gol ocurren aproximadamente 3 minutos luego de que éste ocurre.

Respecto a las menciones por jugador, independiente del resultado del partido, los más mencionados son los protagonistas del partido, es decir, los goleadores, el arquero si es que hace una buena ataja o bien quién esté teniendo un desempeño distinto a lo común.

Al comparar el *rating* de televisión con las menciones totales en Twitter, no es posible establecer una comparación entre ambas curvas. El *rating* tiende a tener

su nivel más bajo en la etapa previa al partido y empieza a aumentar paulatinamente, luego durante el desarrollo del Primer y Segundo Tiempo se mantiene relativamente constante. Durante el Medio Tiempo se observa una caída de la curva, y en la etapa posterior al partido se observan leves diferencias de acuerdo al resultado obtenido. Si Chile pierde, la curva del *rating* cae de manera más abrupta en comparación al caso de que Chile empate o gane.

A diferencia de las menciones en Twitter en la curva del *rating* no existen *peaks* pronunciados cuando ocurren sucesos relevantes.

Finalmente puede mencionarse que en los partidos el flujo de conversación es bastante disparejo independiente del resultado final de éste. La mayor cantidad de comentarios surgen en el momento en que ocurren goles de Chile u oportunidades de gol.

II. Contenido Tweets

En este capítulo se pretende realizar un análisis de contenido de los tweets de manera que esto permita entender la conversación generada en la red social.

Contenido Tweets previo al partido

Partido Chile – Brasil

Respecto a la Previa del partido Chile – Brasil gran parte de la conversación se orienta en alentar a la selección con comentarios optimistas y de apoyo, es así como se menciona en varias ocasiones “Vamos Chile” acompañado de garabatos. Otros comentarios que surgen son especulaciones del resultado del partido, siempre apostando por la victoria de Chile, por ejemplo “Hoy gana Chile a 2 – 0 o 2 – 1 pero gana Chile”. También existen personas que twitteen sobre la formación del equipo y la estrategia con la que se jugará.

Partido Chile – Colombia

En el caso de Chile – Colombia la conversación se ve marcada a lo largo de todo el partido por comentarios de aliento a la Selección Chilena tales como “Vamos Chile” y “Dale Chile”. Por su parte la Previa posee principalmente estos comentarios de aliento acompañadas de garabatos, como también comentarios positivos ante el posible resultado del partido, así como “Otro día para hacer historia” o “Vamos a ganar”. Se menciona en estos mismos comentarios que las personas ya están listas e instaladas esperando el partido: “Ya estamos listos para el partido”, “Esperando el partido” o “Esperando a Chile”. Por último a medida que se acerca la hora de inicio del partido, las personas comienzan a hacer apuestas

sobre los posibles resultados de éste, donde la mayoría apuesta por que Chile ganará. Al final de la Previa cuando se cantan los himnos nacionales de los equipos existen un par de comentarios patrióticos relacionados a los himnos.

Partido Chile – Uruguay

En la fase previa al encuentro Chile – Uruguay los comentarios se enfocaban en apostar el resultado del partido y cómo sería la formación del equipo. A medida que se acerca la hora de inicio comienzan a aparecer tweets de apoyo a la selección usando la etiqueta #VamosChile. En la etapa de la aparición de equipos e Himno, todos los tweets emitidos tienen relación con darle aliento y ánimo para ganar el partido, generalmente estos incluyen garabatos típicos chilenos, usando los *Hashtags* #VamosCHile en su mayoría y en otros #LaRoja. En esta etapa también surgen comentarios acerca del canal Fox, dado que no transmitió este partido y por otra parte críticas a Uruguay por molestar mientras se escuchaba el himno chileno, ya que no permitieron que cantaran el himno en silencio y en su totalidad.

Contenido Tweets Primer Tiempo

Partido Chile – Brasil

En el Primer Tiempo del encuentro Chile - Brasil siguen existiendo muchos comentarios para apoyar a la selección, así como “Vamos Chile!!!!” y “Vamos CHILE!!! Estamos contigo”. Minutos iniciado el Primer Tiempo comienzan a surgir comentarios técnicos tales como, “A Chile le hace falta Aránguiz. Vidal no acompaña bien en solitario a Díaz. Falta el factor sorpresa que incluía Charles” y

“Vamos Chile, las marcas muy flojas, tienen que apretar en la mitad de la cancha, muy mal las marcas”.

Alrededor del minuto '20 comienzan a aparecer comentarios críticos, pero sin dejar de apoyar al equipo de Chile. Un ejemplo de lo anterior es “Hasta ahora mal Chile, bajo #Vidal y pésimo #Valdivia. El equipo lento y muy atrás. A mejorar!!!!!! #VamosChile”. Además, tienden a haber comentarios que describen lo que va ocurriendo a lo largo del partido, como los cambios de los jugadores y palos. A pesar de esto siempre predomina el optimismo en los tweets.

Partido Chile – Colombia

Durante los primeros minutos del Primer Tiempo de este partido se hacen muchos comentarios alentadores, donde predominan frases de aliento a la Selección Chilena, muchas veces escritos en mayúscula para darle un toque más enérgico. Existen también una serie de *Hashtags* que se repiten en muchos comentarios, no necesariamente siendo el tema principal del Tweet como por ejemplo: #PartyChilensisFtLaRoja y “Me gusta Chile cuando veo #LaRojaPorFOX”. A medida que avanza el partido se comienzan a hacer comentarios más técnicos sobre éste, comentando y narrando jugadas, las tarjetas amarillas en estado del partido, la falta de jugadores, entre otros. Aun así estos son muy pocos, predominando los comentarios entusiastas.

Mientras se acerca el final del Primer Tiempo y no se ha anotado ningún gol, personas comienzan a pedirlo con comentarios como: “Vamos #Chile que queremos gritar gol” o “Chile un golcito antes del entre tiempo”.

Cuando se realiza el gol al final del Primer Tiempo personas en un rango de 3 minutos twitteen gol de variadas maneras, predominando siempre la palabra gol y el jugador que lo anotó (en este caso Vidal).

Partido Chile – Uruguay

Al dar inicio al partido Chile – Uruguay aumenta considerablemente la cantidad de comentarios realizados. Los primeros minutos los twitteros manifiestan su apoyo y confianza a la Selección Chilena, utilizando generalmente el *Hashtag* #VamosChile como etiqueta o palabras en el comentario, este acompañado por garabatos típicos de Chile. Un ejemplo de los más recurrentes se presenta a continuación: “a seguir rompiendo la historia... vamos Chile!!!!!!!!!!!!!! #PartyChilensisFtLaRoja #VamosChileCTM” y también “Todo Chile en un solo corazón”. Llama la atención que incluso twitteros que no son hinchas del fútbol manifiestan su apoyo para que Chile gane, demostrando la transcendencia que tienen los partidos en la vida de los chilenos. En esta fase, un mayor número de personas a criticar la decisión de Fox por no transmitir el partido y a la hinchada uruguaya por no haber permitido que se llevará a cabo el himno chileno en un ambiente de respeto.

Cuando Uruguay marca el primer gol, los tweets siguen siendo alentadores y de confianza hacia los jugadores, pero expresan sus mensajes con otras palabras en comparación a las usadas en el inicio del juego. Motivan a no caer en el juego de Uruguay y a concentrarse en la estrategia que ellos han planificado, confían usando el *Hashtag* #VamosChile o #Chile. Acercándose el final del primer tiempo, perdiendo Chile 1 – 0 los twitteros comienzan a manifestar cierto enojo hacia los

jugadores uruguayos, mencionan que estos intentan desconcentrar a los jugadores chilenos con jugadas sucias. Por otra parte manifiestan el descontento porque sienten que Chile no está concentrado en el juego ni en el desempeño en la cancha. En estos casos la etiqueta más usada es #Chile.

En los minutos extras del Primer Tiempo (+2) los comentarios son esperanzadores, dan el apoyo a la selección en los minutos finales usando el *Hashtag* #Chile. En ellos demuestran la esperanza que tienen puesta en el equipo chileno para dar vuelta la situación actual en el Segundo Tiempo.

Contenido Tweets Medio Tiempo

Partido Chile – Brasil

Respecto al partido Chile – Brasil, el Medio Tiempo se caracteriza por la continuidad de mensajes alentadores a la Selección Chilena y también algunos tweets hacen referencia a que el Estadio Nacional no estaba lleno dado el alto precio que se cobrara por las entradas al partido, “RT @Emol: Estadio Nacional no se llenó para Chile-Brasil e hinchas culpan al alto valor de las entradas”.

Partido Chile – Colombia

En el Medio Tiempo de Chile - Colombia se dan muchísimos comentarios del gol, dado que este fue al final del Primer Tiempo, pero luego de la celebración de este se dan una serie de Tweets y *Retweets* informativos sobre el resultado del Primer Tiempo: “RT @Emol: Resumen estadístico del primer tiempo, con triunfo parcial de #Chile vs. #Colombia (1-0)”, “¡Terminó el 1T en el Nacional! @LaRoja vence por 1-0 a Colombia”, “Vamos Chile ¡!!! CHILE 1 – COLOMBIA 0 :D”.

Partido Chile – Uruguay

En el Medio Tiempo de Chile- Uruguay se manifiesta desconcierto por el desempeño de la Selección Chilena, en los comentarios suelen utilizar “Nos cambiaron la selección??” utilizando la etiqueta #Chile o #LaRojaxMega. Acercándose el inicio del Segundo Tiempo vuelven a aparecer mensajes esperanzadores en el resultado del partido, dan apoyo a la Selección Chilena con similares palabras y etiquetas utilizadas anteriormente, como #VamosChileCTM o @LaRoja.

Los comentarios también llaman a que los jugadores mantengan la calma y no se sientan presionados, para esto utilizan la etiqueta #Chile. Por otra parte hay otros que sugieren cambios en el plantel chileno, la diferencia en estos mensajes es que no utilizan las típicas etiquetas que hacen referencia a Chile sino que prefieren citar a medios de comunicación de deportes, o bien al jugador en particular al cual están señalando para que entre a la cancha.

Contenido Tweets Segundo Tiempo

Partido Chile – Brasil

En el Segundo Tiempo del partido Chile – Brasil, los tweets siguen siendo optimistas y esperando que salga un gol chileno, “Ahora viene el gol!!!” y “AHORA SI QUE SI, VAMOS CHILE VAMOS CABROS” son algunos ejemplos de esto. Cabe mencionar que muchos comentarios se realizan con muchos signos de exclamación o mayúsculas, para entregarle más fuerza al mensaje.

Ya adentrados en el Segundo Tiempo es posible encontrar tweets sobre los hechos que van ocurriendo a lo largo del partido, por ejemplo los palos, “Los palos cuando Chile juega contra Brasil son malditos” y la tarjeta amarilla obtenida por Díaz.

Al momento del gol realizado por Eduardo Vargas, la gran mayoría de los comentarios se refieren a este hecho, como “GOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOL DE CHILE! Vargas” y “Al fin, gol de #Chile”, de manera optimistas y esperando el triunfo de Chile. Sumado al gol de Vargas, con el gol de Alexis Sánchez en el minuto '89, la mayoría de los comentarios del Segundo Tiempo se refieren a estos hechos y a los goleadores del partido.

En los minutos adicionales del Segundo Tiempo, el tema de conversación siguen siendo los goles, y se comienza a celebrar el triunfo de Chile por sobre Brasil.

Partido Chile – Colombia

En el comienzo del Segundo Tiempo de Chile - Colombia se repiten también los comentarios de ánimo hacia Chile, donde todos tienen un carácter muy positivo. No se da ningún comentario muy diferente hasta el gol de Colombia, donde los twitteros adoptan variadas posturas. Primero están los positivos quienes siguen alentando a Chile: “No importa, vamos a ganar” “2-1 VAAAAAAMOS CHILE.”. Luego los críticos, quienes explican el error de Chile: “mal la defensa de Chile en esa jugada, se ven agotados y empateee” y los negativos, “Ahora Colombia juega y Chile no ve una”. Con el empate comienzan a relucir más los comentarios de

carácter técnico, mencionando cambios que se deberían realizar: “Ese era el cambio hace 20 minutos. Mal la banca de Chile hoy”.

Partido Chile – Uruguay

Al dar inicio al Segundo Tiempo del partido Chile – Uruguay, vuelven los comentarios de aliento. Pero luego de unos minutos, al no haber cambios en el equipo y mantener el mismo ritmo que en el Primer Tiempo, los twitteros manifiestan su disconformidad señalando que Chile cayó en el juego de los uruguayos y que está realizando un juego malo, sin concretar las jugadas. Para estos mensajes utilizan #Chile.

En oportunidades de gol, rápidamente los comentaristas cibernéticos dan su apoyo cambiando al *Hashtag* #VamosChileCTM. Luego del segundo gol de Uruguay se desata una ola de comentarios criticando el actuar del Director Técnico por no realizar cambios en los jugadores, sin embargo siguen utilizando #VamosCHileCTM porque no pierden la esperanza que se pueda dar un vuelco en el resultado. Con el paso de los minutos se pierden las esperanzas y se comienza a hablar de una derrota, solo llaman a defender para evitar que Uruguay pueda volver a marcar. En este caso usan solo #Chile o #ChileUruguay

Tras el tercer gol de Uruguay las menciones son para criticar el desempeño nacional, se frecuente “Chile haciendo todo mal!, como mierda no los preparan? Una mierda este partido!”, en estos mensajes manifiestan que Chile está volviendo al juego de antes y que de esta manera no se comporta un campeón de América. En estos casos utilizan #Chile o #PartyChilensisftLaRoja. Ejemplos de los tweets de esta sección son: “#Sampaoli este partido se perdió por tu culpa... eres muy

porfiado ¡!! #CHILE” o “Selección chilena vende humo! #volvimosalosviejostiemposdesufrimiento”.

En los minutos extras del Segundo Tiempo (+2) se realizaron más que nada críticas al modelo de juego de ese día. Tras terminar el partido los comentarios de enojo comienzan a desaparecer y más bien surgen nuevos en donde reconocen que Chile tuvo un buen dominio del balón pero no pudo concretar, aparecen comentarios como “en todo caso, lo que yo veo a un Chile tremendamente superior a Uruguay... los goles no son nada, la actitud lo es todo”.

Contenido Tweets terminado el partido

Partido Chile – Brasil

En el After del partido Chile - Brasil, los twitteros comentan sobre el triunfo y se refieren a la posición de Chile como Campeones de la Copa América 2015. Algunos comentarios recurrentes son “AGUANTE EL CAMPEON DE AMERICA CTM!!!!!!!! GRANDE CHILE!!!!!!!!”, “Brasil?? En Chile ruge el campeón de América CTM #VamosChile” y “BRASIL PERDIENDO CONTRA EL CAMPEÓN DE AMÉRICA 🇨🇱 GRANDE CHILE CTM! #PartyChilensisFtLaRoja”.

Se menciona también, que Chile ha mejorado su nivel y hace historia en el fútbol, y se repite la frase “Chile mete miedo” en varias ocasiones. Algunos tweets que demuestran lo anterior son “Chile le ganó a Brasil y por fin lo puedo ver :)”, “¡SE ACABÓ! En una noche histórica #LaRoja venció por 2-0”, “DESPUES DE 15 AÑOS, CHILE, LOS CAMPEONES DE AMERICA, LE GANAMOS A BRASIL CTM. LA REVANCHA DEL MUNDIAL”, “CHILE METE MIEDO VIEJA

#PartyChilensisFtLaRoja”, “Hace 15 años no veía a Chile ganarle a Brasil. Qué lindo. #LaRojaxMega” y “#ClasificatoriasRusia2018 | El Cuco ya no es #Brasil. Somos nosotros... los campeones de América. #CHI 2-0 #BRA”.

Partido Chile – Colombia

Para Chile – Colombia, en el After los comentarios más inmediatos luego de finalizado el partido tienden a ser críticos y negativos, donde se dice que Chile jugó mal, que se relajó en el segundo tiempo, que fue un resultado insatisfactorio, entre otros. Algunos tweets son: “Un desastre el 2T de Chile”, “Más allá del mal arbitraje, a Chile le faltó” y “No es ser crítico por criticar, pero Chile jugó mal y más nada, no mostró nivel de los partidos pasados”. Luego a medida que pasan los minutos comienzan a surgir comentarios de apoyo, diciendo que no importa el empate, pero en general siguen predominando los comentarios de insatisfacción con el resultado del partido y el mal desempeño de Chile en éste.

Partido Chile – Uruguay

Una vez finalizado el partido Chile – Uruguay los comentarios son positivos. Los twitteros expresan su apoyo incondicional a la Selección Chilena, asegurando que podrán llegar al Mundial de Rusia a pesar de esta derrota ya que se podrá superar este resultado. En esta ocasión nuevamente utilizan el *Hashtag* #VamosChileCTM.

Quién y Cómo twittea

Respecto a los twitteros en sí, existen diferencias de género y de la naturaleza de quien comenta. Esto puede observarse en la Tabla 7. Por ejemplo se puede ver

que en los tres partidos, más del 80% de los Tweets provienen de personas naturales, donde de estos la mayoría suelen ser hombres. Si bien las mujeres también comentan, aproximadamente 2/3 de los tweets, provienen de hombres.

Sobre las instituciones que twitteen sobre los partidos, predominan las radios, noticiarios o televisión, como también la prensa escrita. También están las páginas que apoyan a la selección como: @la_roja, @LaRoja, @Pasion_deHincha, @LaMareaRojaCL, entre otros.

Partido	Persona	Institución	Celebridad	Otro
Chile – Brasil	89%	2%	0%	9%
Chile – Colombia	84%	6%	0%	9%
Chile – Uruguay	91%	4%	0%	6%

Tabla 7: Entidad que Twittea

Partido	Hombres	Mujeres	Sin Clasificar
Chile – Brasil	54%	34%	12%
Chile – Colombia	51%	30%	19%
Chile – Uruguay	62%	18%	10%

Tabla 8: Género de quién Twittea

Respecto del dispositivo utilizado para twitrear se ve claramente que el celular es el más común, seguido por el computador y finalmente los Tablet. Esto se puede explicar porque el celular es un aparato personal portátil, que posee la aplicación de Twitter y que está disponible de manera inmediata. Además mantiene

conectado a las personas mediante otras aplicaciones que probablemente inciten a utilizarlo mientras se ve el partido, tales como WhatsApp o Facebook.

El computador, a pesar de ser utilizado en un porcentaje bastante inferior a los celulares, es utilizado probablemente puesto que personas ven el partido desde la página de Mega o de FOX por ejemplo.

Partido	Celular	Computador	Tablet	Otro
Chile – Brasil	73%	15%	2%	10%
Chile – Colombia	75%	13%	1%	11%
Chile – Uruguay	77%	14%	2%	7%

Tabla 9: Dispositivo utilizado para Twitrear

Por último es interesante ver que la cantidad de *Retweets*, es alta, pero aun así varía según partido. Quienes re tweetean tienden a hacerlo sobre información respecto a formaciones, comentarios técnicos o resultados que entregan las instituciones. También se tiende a re tweetear opiniones y comentarios de celebridades. Los tweets originales son las propias percepciones y opiniones del partido de las personas.

Partido	Retweet	Tweet Original
Chile – Brasil	42%	58%
Chile – Colombia	33%	67%
Chile – Uruguay	41%	59%

Tabla 10: Cantidad de Retweets v/s Tweets Originales

Conclusiones sobre contenido de los tweets

Respecto al contenido de los Tweets es posible concluir que existen diferencias de acuerdo a la etapa del partido y al resultado que se esté obteniendo, sin embargo la mayoría de los comentarios tiende a ser de apoyo a la Selección Chilena. Cuando hay goles del equipo chileno, la mayoría de los comentarios se refieren a éste. Si el equipo rival realiza un gol, los tweets que se generan son críticos pero también hay algunos que siguen siendo optimistas.

Previo a que el partido inicie, los comentarios que se emiten son para alentar al equipo. Tiende a escribirse tweets como “Vamos Chile” acompañado de algún garabato típico chileno. Además muchos tweets son especulaciones del resultado que se obtendrá al finalizar el encuentro.

En el Primer Tiempo los comentarios son optimistas y de apoyo a la Selección Chilena, también surgen comentarios técnicos o críticos de acuerdo al resultado del evento. Otros tweets describen lo que va ocurriendo en el partido, como cambios de jugadores, palos, oportunidades de gol y tarjetas.

En el Medio Tiempo los comentarios son referidos al desempeño de la Selección Chilena. Otros twitteros utilizan el espacio para hacer críticas de diversa índole, como a los canales de televisión que transmiten el partido o al precio de las entradas.

El Segundo Tiempo, al igual que el Primer Tiempo, se ve marcado por comentarios optimistas, técnicos, críticos y otros descriptivos, esto dependerá del resultado del partido.

Los comentarios en la etapa posterior al partido dependen del resultado que se haya obtenido, si Chile gana el encuentro, los comentarios son positivos y referidos al triunfo. Si Chile empata surgen comentarios críticos y negativos, mientras que si Chile pierde los comentarios son de apoyo a la selección a pesar de la derrota.

III. Uso específico de palabras en los tweets

Luego de haber analizado el comportamiento de twitteo y los contenidos de éstos, en esta tercera sección se revisará el uso específico de palabras; se mencionará cuáles son las palabras más usadas en los tweets en el período de medición establecido.

Nube de palabras partido Chile - Brasil

Para el caso del partido de Chile – Brasil, al revisar las nubes de palabras de los tweets que hacen referencia a la Selección Chilena en la Ilustración 1, se observa que la palabra más mencionada es “Chile”, la cual aparece 32.788 veces. En segundo lugar aparece “Brasil” 10.522 veces, seguida por “vamos” 5.558 veces, #chile 4.972 veces y #vamoschile 4.447 veces. De lo anterior, se puede desprender que en éste partido las palabras más mencionadas hacen referencia a los países que se están enfrentando y a darle ánimo al equipo chileno.

Respecto a la nube de palabras de los tweets que hacen referencia a los jugadores de la Selección, en la Ilustración 2, se obtiene que la palabra más mencionada es “Alexis” con 6.792 veces, seguida por “Vargas” con 4.933 veces, “chile” 3.743 veces, #vamoschile 3.506 y #partychilensisftlaroja 2.958 veces. En este caso las palabras más mencionadas se relacionan con los goleadores del partido, además de palabras de ánimo a la selección.



Ilustración 1: Nube "Selección" Chile - Brasil



Ilustración 2: Nube "Jugadores" Chile - Brasil

Nube de palabras partido Chile - Colombia

Las palabras más mencionadas en el partido de Chile – Colombia para los tweets de la Selección Chilena, se puede ver en la Ilustración 3 que son similares a los del partido anterior. Las palabras más utilizadas son: “chile” con 22.203

menciones, luego “vamos” con 6.228, en tercer lugar está “Colombia” 4.351,” #chile” con 3.096 y por último la palabra “partido” con 2.727 menciones. Así al igual que en el partido anterior las palabras más utilizadas en los tweets de este partido son los nombres de los equipos que juegan, como palabras de aliento a la selección.

Luego en la nube de los tweets que hacen referencia a jugadores, en la Ilustración 4, se puede observar que predominan aquellos dos que son los protagonistas del partido; “Vidal” con 4.246 menciones y “Bravo” con 3.580. Los siguen otros jugadores como “Alexis”, “sampaoli” y “Valdivia” con 2.962, 2.357 y 2.502 menciones respectivamente. Por último se repite la palabra “chile” con 2.166 menciones y aparece además la palabra “gol” con 2.202. Se observa que se repite el mismo patrón del partido anterior, donde las palabras más mencionadas en los jugadores son los protagonistas del partido.



Ilustración 3: Nube "Selección" Chile - Colombia



Ilustración 4: Nube "Jugadores" Chile - Colombia

Nube de palabras partido Chile - Uruguay

En el caso de la nube para la Selección Chilena para Chile – Uruguay en la Ilustración 5, las palabras que más se utilizan son: “Chile” con una frecuencia de 26.093, luego “Uruguay” con 4,537 menciones y la última palabra más usada es “Vamos” con una frecuencia de 4.827. Tal como en casos anteriores, las palabras que más aparecieron en la red social son el nombre de los países que se enfrentan en el partido de fútbol y una palabra típica para dar apoyo a los jugadores chilenos.

Para los jugadores de la selección, en la Ilustración 6, los más nombrados son aquellos que destacaron más en el partido o que hayan tenido alguna relación especial con el país rival. Los más citados fueron: Vidal con 6.966 menciones, luego Jara con 6.426 menciones, Sampaoli con 6.520 menciones, Valdivia con

4.685 menciones, Alexis con 4.607 y el hashtag #VamosChileCTM con 3.779. Nuevamente se repite el patrón de los otros dos partidos, donde los protagonistas son los más citados.



Ilustración 5: Nube "Selección" Chile - Uruguay



Ilustración 6: Nube "Jugadores" Chile - Uruguay

Conclusiones del uso específico de palabras en los tweets

En todos los casos analizados se logra identificar la existencia de un patrón común a la hora de twittear, ya sea para referirse a la Selección Chilena o a los jugadores de esta, sin existir grandes diferencias entre los distintos partidos.

Cuando se quiere expresar un mensaje relacionado con la selección, se utiliza el nombre de los equipos que se enfrentaran y palabras de ánimo para dar apoyo a la selección. Cuando se quiere comentar acerca de jugadores de la selección, se utilizan sus nombres o apodos, siendo los que juegan un rol clave en el partido los que se citan con mayor frecuencia.

Conclusiones

Dado los datos obtenidos y los análisis realizados se ha determinado que la conducta de los twitteros en Chile frente a los diferentes partidos de fútbol analizados presenta una dinámica similar, notando ciertas diferencias en función de los resultados del partido en particular. Es decir, el desempeño que Chile tenga en la cancha de fútbol es el gran elemento que tiene un impacto en la actitud de las personas a la hora de expresar sus opiniones en las redes sociales, esta influencia en los usuarios se ve en la cantidad de tweets por partido como en el sentimiento que intentan transmitir.

Al respecto, se percibe que al momento de ir ganando o perdiendo Chile, la cantidad de tweets es muy similar, ya que los usuarios buscan dar a conocer su alegría o su enojo frente al resultado, pero lo que más se destaca es el sentimiento de aliento que se manifiesta, ya que el típico grito: "VAMOS CHILE" se hace presente tanto al ganar como al ir perdiendo. Sin embargo, cuando el resultado es un empate la motivación de los twitteros cambia siendo más pasiva frente a los otros eventos.

En cuanto a la dinámica de los usuarios, esta fue similar en los tres casos. Se notó que en los momentos previos al partido son muy pocas las personas que comentan o publican acerca del evento, pero a medida que se acerca la hora del encuentro los twitteros comienzan a manifestar sus opiniones, las cuales se acentúan en aquellos episodios relevantes durante el transcurso del encuentro. Otra observación, es que al igual que el *rating*, la cantidad de tweets disminuyen en el Medio Tiempo, esto puede explicarse porque los usuarios como los

televidentes aprovechan estos minutos para realizar otras actividades no ligadas al partido como comer, ir al baño, trasladarse a otro lugar, u otro episodio.

Se pudo identificar que la conducta de los twitteros no presenta diferencias entre tiempos del partidos, solo marca la diferencia los hechos relevantes que se desencadena entre uno y otro.

Por otra parte, al finalizar los encuentros deportivos la cantidad de tweets disminuyen, acentuándose cuando el resultado de Chile es desfavorable. Explicándose tal como ocurre con el *rating*, las personas prefieren perder relación con el partido en cuestión y olvidar lo sucedido, no como cuando gana que se desea escuchar a los jugadores, manifestar el orgullo y dar a conocer la alegría personal en las redes sociales.

Frente a los tópicos que están presentes en los eventos seleccionados, se pude notar que los twitteros aprovechan de usar los *Hashtag* con el fin de promocionar mensajes personales y de esta manera que más usuarios puedan notar o informarse de lo que desean dar a conocer. Siendo el *Hashtag* la unión entre los usuarios, permitiéndoles comentar y opinar acerca de lo que está ocurriendo en el partido. Los temas recurrentes en los partidos, suelen ser los protagonistas de cada partido, es decir, aquellos jugadores que tienen un rol fundamental en el desempeño de la selección chilena en esa ocasión. Generalmente suelen ser aquellos que marcan un gol, cercanos a una oportunidad de gol o involucrados con alguna falta importante en el partido que trae consecuencias para el desempeño del equipo. En el caso de la derrota, figura el Director Técnico básicamente por el hecho que se le sugieren cambios en la formación del equipo

chileno, es aquí donde cobra relevancia y adquiere protagonismo en la plataforma virtual.

Se ha logrado identificar que si existen patrones comunes a la hora de twittear por parte de los chilenos frente a los partidos de fútbol de la selección, en donde está afectado por el desempeño del equipo. Sin embargo no se logra determinar alguna relación entre el *rating* televisivo y el *rating* social.

Implicancias del estudio para el uso comercial de Twitter

Los hallazgos encontrados cobran relevancia para el uso comercial de Twitter dado que permiten determinar cuándo y cómo hacer comunicaciones de marca ante los eventos deportivos en la red social. Al tener claro que los jugadores protagonistas poseen *peaks* de twitteo durante el partido, marcas que realicen endorsement con aquellos rostros pueden reforzar sus herramientas promocionales, como publicidad o relaciones públicas en Twitter y/o la televisión. Además al conocer las diferentes tendencias del *rating* social y el *rating* televisivo dependiendo del resultado del partido se puede definir cuando lanzar tandas comerciales o tweets, sabiendo que cuando Chile pierde no es conveniente aparecer luego del partido y que el mensaje debe ser más bien alentador y que cuando Chile gana si puede ser beneficioso aparecer luego del partido con un mensaje de celebración y orgullo.

Limitaciones del estudio

Es relevante mencionar que el estudio realizado posee algunas limitaciones. En primer lugar, se consideraron los tweets que poseían palabras o *Hashtags* muy específicos que si bien eran de conocimiento masivo, existe la posibilidad de que

más algún twitterero haya emitido comentarios relacionados a los partidos de Chile sin haber utilizado las palabras o *Hashtags* que se consideraron para la medición.

En segundo lugar, para contabilizar las menciones totales, se consideraron aquellas que hacían relación a la Selección Chilena (mencionando las palabras “Selección Chilena”, #CHI, “Chile” y @LaRoja) y las que nombraban a algún jugador específico. Es así, como existe la probabilidad de haber contabilizado más de una vez un mismo tweet, es decir, para la cuenta del jugador como de la selección.

En tercer lugar existen twittereros que poseen cuentas privadas, donde sólo sus amigos pueden ingresar a estas y ver su información. Dado lo anterior, no fue posible acceder a la información privada de todas las personas, lo que generó que no fuera posible en todos los casos clasificar quién twitteo.

Finalmente, es relevante medir qué ocurre en eventos distintos a los partidos de la Selección Chilena y determinar cómo es la conducta de los Twittereros en otro tipo de eventos de convergencia.

Bibliografía

Baruah, T. D. (2012). *Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potencial for technology enabled connections: A micro-level study*. International Journal of Scientific and Research Publications.

Batool, R., Khattak, A. M., Maqbool, J., & Lee, S. (2013). *Precise Tweet Classification and Sentiment Analysis*.

Deltell, L. (2013). *Nuevas audiencias: Audiencia social / Audiencia creativa*.

El Mercurio Media Center. (2013). *Chile aumenta en el uso de redes sociales y supera el promedio global*.

Hughes, A. L., & Palen, L. (2009). *Twitter Adoption and Use in Mass Convergence and Emergency Events*.

Kantar Ibope Media. (n.d.). *Metodología*.

Portaltic. (2013). *¿Qué es la audiencia social? Así ha comentado Twitter la televisión este año*.

Santa María, L. (2014). *La relevancia de las redes sociales en Latinoamérica explicada en cifras*.

Talento Virtual. (2015). *En Latinoamérica: los chilenos son los que están más involucrados en las redes sociales*.

Twitter. (2015). *Acerca de Twitter*.

Unidad de Modernización y Gobierno Digital, Ministerio de Secretaría General de la Presidencia. (n.d.). *Plataformas sociales más utilizadas en las Instituciones Públicas.*

VTR. (2015). *Segundo Estudio VTR Social TV 2015.*

Anexos

Anexo 1: Menciones Partido Chile - Brasil

MENCIONES PARTIDO CHILE - BRASIL														
Momento del Partido	Hora Real	Minuto	Rating	Share	Selección Chilena	Jugadores								Menciones Totales
						Jorge Sampaoli	Claudio Bravo	Alexis Sánchez	Arturo Vidal	Eduardo Vargas	Jorge Valdivia	Gary Medel	Gonzalo Jara	
Previa	20:05	1	24,85	38,67	98	1	3	7	3	2	0	4	9	127
	20:06	2	25,35	39,28	81	0	9	10	4	4	3	6	15	132
	20:07	3	27,08	41,52	97	0	11	3	6	6	3	6	12	144
	20:08	4	26,81	41,33	115	4	6	7	3	6	2	5	3	151
	20:09	5	26,34	39,79	103	3	5	8	4	2	1	6	3	135
	20:10	6	28,41	42,80	140	2	5	8	5	3	2	6	4	175
	20:11	7	27,36	42,08	133	0	3	8	6	7	2	4	1	164
	20:12	8	27,48	42,14	132	2	2	4	8	1	1	2	4	156
	20:13	9	27,27	41,54	116	0	5	4	7	4	2	2	3	143

	20:14	10	27,64	43,26	135	0	0	3	2	1	1	3	1	146
	20:15	11	27,28	41,95	148	1	4	2	4	4	2	5	2	172
	20:16	12	27,04	41,20	138	4	3	6	5	2	2	3	3	166
	20:17	13	28,22	42,02	125	0	0	2	1	1	6	0	4	139
	20:18	14	28,90	43,34	134	2	3	7	7	8	2	7	4	174
	20:19	15	29,11	43,37	159	5	7	7	5	2	4	5	2	196
	20:20	16	30,91	46,56	145	5	11	5	12	7	8	8	9	210
	20:21	17	32,77	49,30	179	1	13	14	10	9	12	15	7	260
	20:22	18	33,37	49,31	181	3	9	10	7	3	4	6	3	226
	20:23	19	32,98	49,04	178	8	4	7	8	4	5	5	5	224
	20:24	20	32,91	48,77	216	3	5	11	6	4	3	3	6	257
Aparición Equipos e Himnos	20:25	21	33,82	50,13	307	4	9	11	18	10	6	8	5	378
	20:26	22	34,21	49,63	250	1	6	11	14	7	5	4	1	299
	20:27	23	34,70	50,77	271	5	0	9	4	2	2	1	5	299
	20:28	24	35,22	50,68	286	7	3	19	15	6	9	12	16	373

	20:29	25	36,04	52,58	316	4	13	10	14	7	10	12	14	400
	20:30	26	36,69	53,39	350	2	10	19	14	7	10	16	7	435
	20:31	27	37,47	54,32	335	3	18	10	10	10	14	12	10	422
	20:32	28	38,50	56,40	298	0	4	12	11	11	11	5	6	358
	20:33	29	40,93	59,25	229	5	13	13	4	6	10	5	4	289
	20:34	30	39,76	57,92	505	8	8	18	5	4	5	3	1	557
Primer Tiempo	20:35	31	40,07	57,78	305	4	5	16	6	5	7	3	6	357
	20:36	32	39,95	57,42	219	3	4	22	3	1	5	4	12	273
	20:37	33	40,22	57,73	176	7	5	26	5	4	3	3	4	233
	20:38	34	40,31	57,94	150	5	10	13	2	8	15	1	3	207
	20:39	35	41,80	59,54	178	6	4	14	2	32	7	5	6	254
	20:40	36	41,83	58,96	186	4	1	9	9	6	6	34	7	262
	20:41	37	41,67	59,27	159	4	1	11	4	4	14	12	18	227
	20:42	38	41,96	58,86	147	3	21	6	3	2	15	5	50	252
	20:43	39	42,72	59,87	126	2	26	3	2	5	9	5	16	194

20:44	40	42,26	58,42	112	5	13	8	6	3	11	10	13	181
20:45	41	42,28	58,26	101	3	9	5	2	3	7	5	14	149
20:46	42	42,18	58,49	125	0	7	9	9	3	14	4	12	183
20:47	43	42,75	59,75	120	1	14	11	2	0	6	4	13	171
20:48	44	42,82	58,93	146	3	15	19	14	99	8	3	14	321
20:49	45	44,72	60,80	113	3	11	14	12	37	35	5	18	248
20:50	46	44,53	60,87	159	0	10	5	7	16	39	19	18	273
20:51	47	44,32	60,70	123	5	13	7	8	8	18	44	10	236
20:52	48	44,21	61,24	110	9	16	10	14	10	20	16	11	216
20:53	49	45,07	61,81	119	6	19	11	16	9	16	13	6	215
20:54	50	44,06	60,25	100	6	11	4	10	2	22	10	6	171
20:55	51	44,30	61,03	140	3	11	7	11	3	13	21	7	216
20:56	52	43,59	60,12	129	6	10	50	6	6	18	19	7	251
20:57	53	44,29	61,69	117	6	10	20	7	5	16	8	7	196
20:58	54	44,52	60,96	113	2	10	10	7	8	16	10	16	192

20:59	55	43,88	60,73	145	3	12	24	7	9	19	7	9	235
21:00	56	44,59	61,71	158	3	7	29	5	8	21	5	5	241
21:01	57	45,54	62,95	152	4	4	37	10	8	22	6	5	248
21:02	58	45,66	62,03	158	3	8	32	14	1	20	14	6	256
21:03	59	46,20	62,84	176	4	3	19	8	3	24	13	9	259
21:04	60	45,02	60,98	136	9	3	22	10	0	21	3	3	207
21:05	61	45,99	62,09	144	11	8	35	12	4	55	15	18	302
21:06	62	45,21	60,84	151	5	7	27	38	11	38	107	56	440
21:07	63	45,28	61,46	140	3	6	27	73	20	32	55	22	378
21:08	64	45,87	61,76	142	7	3	18	55	10	27	34	13	309
21:09	65	46,43	61,64	147	6	9	14	39	5	19	26	29	294
21:10	66	46,10	60,98	132	15	9	17	11	4	20	15	39	262
21:11	67	46,43	61,88	126	16	6	12	14	2	30	13	21	240
21:12	68	45,92	61,15	102	11	15	11	8	17	12	8	11	195
21:13	69	46,42	61,89	126	8	12	24	8	72	10	11	11	282

	21:14	70	46,63	61,91	158	25	9	14	16	20	10	24	9	285
	21:15	71	46,29	61,17	195	43	14	21	18	15	23	20	22	371
	21:16	72	46,76	61,27	175	24	9	179	23	4	13	7	15	449
	21:17	73	46,65	61,40	212	27	7	185	21	7	12	17	16	504
	21:18	74	47,30	61,73	161	9	114	96	11	2	7	10	11	421
	21:19	75	47,53	62,79	188	12	43	89	7	14	20	12	254	639
Minutos Adicionales	21:20	76	47,43	62,03	227	5	192	56	9	11	14	9	108	631
	21:21	77	44,45	58,39	276	12	90	55	14	8	42	35	55	587
	21:22	78	43,71	56,44	208	19	51	48	11	6	33	18	34	428
	21:23	79	41,97	54,48	190	21	27	37	12	4	39	20	27	377
Medio Tiempo	21:24	80	41,22	53,51	195	15	34	46	13	2	39	23	23	390
	21:25	81	41,05	54,31	173	12	31	39	14	3	35	12	15	334
	21:26	82	40,93	53,43	161	14	27	47	20	5	34	27	17	352
	21:27	83	41,02	54,22	165	11	20	45	6	4	20	14	6	291
	21:28	84	39,85	52,70	138	9	20	37	9	6	27	13	8	267

	21:29	85	38,46	50,38	151	12	14	29	4	1	18	7	5	241
	21:30	86	38,26	50,81	140	6	8	25	5	3	15	7	12	221
	21:31	87	37,69	49,68	141	10	7	21	6	5	14	4	10	218
	21:32	88	38,70	50,66	146	11	9	35	6	3	19	8	8	245
	21:33	89	39,68	52,42	140	7	14	27	6	6	29	18	10	257
	21:34	90	39,20	51,54	131	2	13	32	9	3	30	12	12	244
	21:35	91	39,70	52,60	140	8	4	22	6	2	19	5	6	212
	21:36	92	40,02	53,05	188	6	16	15	7	3	16	6	11	268
	21:37	93	40,29	52,66	242	9	6	16	2	2	24	3	11	315
	21:38	94	40,13	52,84	177	4	6	12	4	5	17	3	5	233
Segundo	21:39	95	40,86	54,21	120	6	4	12	4	3	12	5	3	169
Tiempo	21:40	96	41,63	55,39	140	6	3	18	1	3	22	101	6	300
	21:41	97	41,76	55,74	125	6	7	24	3	0	27	272	3	467
	21:42	98	44,19	57,65	139	4	15	12	100	3	14	15	4	306
	21:43	99	44,19	58,01	105	3	32	7	185	4	16	71	4	427

21:44	100	45,57	59,86	121	1	42	2	62	4	7	40	5	284
21:45	101	45,81	61,03	140	6	22	18	29	5	17	42	2	281
21:46	102	46,01	60,38	96	3	19	27	30	6	21	30	5	237
21:47	103	46,33	60,79	244	8	9	15	12	3	76	17	6	390
21:48	104	47,11	61,93	229	13	13	21	12	7	36	9	6	346
21:49	105	48,45	62,78	161	6	18	33	10	7	50	17	17	319
21:50	106	48,99	63,62	163	6	8	95	11	4	46	11	5	349
21:51	107	48,73	63,15	121	12	10	83	6	2	45	11	13	303
21:52	108	48,56	63,66	117	10	5	45	14	8	43	11	14	267
21:53	109	49,05	62,82	135	7	8	28	10	17	214	9	10	438
21:54	110	48,74	63,25	116	7	4	15	6	7	119	6	9	289
21:55	111	48,55	63,30	146	10	9	19	19	9	94	4	14	324
21:56	112	47,75	61,34	134	18	3	20	7	4	238	3	17	444
21:57	113	47,38	61,73	101	9	6	20	10	3	103	3	19	274
21:58	114	48,36	62,48	96	4	2	16	13	8	63	15	9	226

21:59	115	49,95	63,90	183	5	2	22	26	4	34	12	14	302
22:00	116	50,28	64,51	171	12	7	58	119	4	24	10	7	412
22:01	117	49,57	64,38	123	10	9	36	36	8	27	8	4	261
22:02	118	49,03	63,66	91	3	5	18	14	2	17	4	1	155
22:03	119	49,36	63,88	348	9	7	14	7	3	19	6	4	417
22:04	120	50,69	64,08	1.112	2	4	8	5	115	7	10	3	1.266
22:05	121	52,32	68,07	919	22	4	9	3	834	21	7	8	1.827
22:06	122	51,83	66,91	577	24	6	18	6	739	18	11	3	1.402
22:07	123	53,51	68,59	508	14	17	20	3	461	18	6	4	1.051
22:08	124	52,64	67,73	385	5	24	35	13	279	10	4	3	758
22:09	125	51,99	66,61	297	6	15	23	14	241	21	13	6	636
22:10	126	51,33	65,55	227	9	14	23	3	217	14	6	3	516
22:11	127	51,79	66,24	226	13	26	35	7	149	14	15	7	492
22:12	128	52,26	67,64	210	8	21	28	17	131	10	8	5	438
22:13	129	53,76	68,94	271	10	9	26	8	102	17	7	4	454

	22:14	130	55,02	70,85	235	13	23	25	7	74	18	6	3	404
	22:15	131	55,10	70,47	189	12	13	19	4	64	5	10	2	318
	22:16	132	55,78	71,46	199	9	14	51	5	66	6	8	3	361
	22:17	133	55,19	71,57	197	10	12	66	8	62	8	15	6	384
	22:18	134	56,37	72,21	173	4	11	33	10	55	6	7	4	303
	22:19	135	56,30	72,66	206	7	5	28	9	27	5	6	6	299
	22:20	136	56,47	72,16	141	5	17	33	29	36	7	6	2	276
Minutos	22:21	137	55,97	71,99	1.062	13	11	72	17	29	2	8	35	1.249
Adicionales	22:22	138	56,86	73,35	1.365	8	8	1.034	83	18	4	5	7	2.532
	22:23	139	59,53	75,33	1.136	31	15	1.257	153	36	12	7	4	2.651
	22:24	140	58,84	74,73	992	37	20	835	117	59	8	12	4	2.084
	22:25	141	58,34	74,62	1.756	26	132	507	65	43	7	29	2	2.567
After	22:26	142	57,25	73,04	1.732	41	52	413	66	80	14	55	8	2.461
	22:27	143	53,59	68,26	1.382	59	34	331	53	103	15	57	2	2.036
	22:28	144	46,42	59,95	1.314	48	38	273	72	79	24	73	4	1.925

22:29	145	44,92	59,23	1.109	65	40	280	60	99	24	81	3	1.761
22:30	146	46,79	60,15	967	53	79	251	36	98	24	75	6	1.589
22:31	147	47,50	61,21	838	46	83	199	29	89	14	53	2	1.353
22:32	148	47,26	61,33	766	59	103	195	35	68	19	59	3	1.307
22:33	149	47,18	60,78	755	47	64	157	32	66	9	53	3	1.186
22:34	150	45,83	59,82	708	46	54	147	26	55	30	52	0	1.118
22:35	151	46,62	59,65	508	36	35	124	28	60	11	45	5	852
22:36	152	46,19	59,20	524	40	29	95	22	41	13	25	3	792
22:37	153	46,82	59,72	523	36	16	73	20	42	18	25	4	757
22:38	154	45,93	59,22	528	28	25	86	24	47	13	24	2	777
22:39	155	42,97	54,72	522	28	35	112	28	45	10	27	5	812
22:40	156	41,15	52,93	435	30	29	84	31	47	15	40	4	715
22:41	157	39,40	49,62	412	21	32	66	23	39	12	29	4	638
22:42	158	38,29	49,53	424	31	25	91	25	35	10	21	3	665
22:43	159	37,71	48,23	421	23	23	84	29	38	13	32	2	665

22:44	160	36,82	46,84	390	23	17	47	16	32	9	15	2	551
22:45	161	35,90	45,79	418	16	15	79	15	65	5	21	0	634
22:46	162	33,84	42,95	374	23	10	63	17	52	5	28	1	573
22:47	163	29,00	37,94	307	20	7	73	18	44	5	16	4	494
22:48	164	29,11	37,69	329	24	7	48	10	33	6	18	2	477
22:49	165	30,01	39,16	328	20	16	55	20	26	10	17	3	495
22:50	166	28,54	36,79	295	13	11	44	15	28	6	16	2	430
22:51	167	28,85	37,16	266	23	9	51	15	24	13	18	3	422
22:52	168	28,37	36,40	308	17	4	51	8	31	6	14	2	441
TOTAL				48.549	2.008	2.927	10.586	3.065	6.178	3.401	3.035	1.837	81.894
Mínimo				81	0	0	2	1	0	0	0	0	127
Máximo				1.756	65	192	1.257	185	834	238	272	254	2.651
Promedio				289	12	17	63	18	37	20	18	11	487

Anexo 2: Menciones Partido Chile – Colombia

MENCIONES PARTIDO CHILE - COLOMBIA														
Momento del Partido	Hora Real	Minuto	Rating	Share	Selección Chilena	Jugadores								Menciones Totales
						Jorge Sampaoli	Claudio Bravo	Alexis Sánchez	Arturo Vidal	Eduardo Vargas	Jorge Valdivia	Gary Medel	Gonzalo Jara	
Previa	20:06	1	21,92	36,61	105	0	6	5	4	8	1	2	4	135
	20:07	2	23,74	38,67	92	0	6	3	2	4	4	2	2	115
	20:08	3	24,61	40,48	87	6	7	10	8	3	7	4	3	135
	20:09	4	24,30	39,45	103	1	4	10	3	3	2	5	5	136
	20:10	5	24,56	39,97	92	3	7	13	4	5	3	3	4	134
	20:11	6	24,20	39,96	107	3	9	11	4	3	2	3	6	148
	20:12	7	25,17	40,68	98	1	7	5	5	2	4	6	4	132
	20:13	8	23,11	37,06	108	3	5	9	4	3	3	1	5	141
	20:14	9	22,24	35,92	96	1	5	4	2	6	3	1	1	119
	20:15	10	24,54	39,55	80	1	4	6	5	1	1	2	1	101
	20:16	11	25,40	40,72	88	0	4	10	5	1	5	3	2	118

	20:17	12	25,22	41,19	83	2	6	5	7	1	5	2	4	115
	20:18	13	25,82	41,01	81	1	3	4	2	2	4	3	2	102
	20:19	14	25,72	41,41	102	1	2	4	3	2	1	6	2	123
	20:20	15	26,34	42,47	123	0	2	8	5	4	1	1	0	144
	20:21	16	29,27	46,61	142	2	2	11	6	8	1	4	0	176
	20:22	17	30,37	48,71	162	1	1	6	5	4	5	6	0	190
	20:23	18	30,38	47,33	191	2	2	8	0	2	4	6	1	216
	20:24	19	29,22	46,23	162	1	4	10	8	3	4	7	3	202
	20:25	20	31,27	48,44	210	0	8	14	13	13	9	11	9	287
	20:26	21	32,58	49,64	239	0	9	14	9	4	10	7	9	301
	20:27	22	32,54	49,86	233	2	9	13	15	11	8	11	10	312
	20:28	23	32,99	50,81	193	1	8	8	12	3	6	7	6	244
	20:29	24	35,00	53,60	316	2	10	9	14	5	10	3	5	374
Aparición	20:30	25	36,43	56,18	299	0	4	18	14	10	7	5	6	363
Equipos e	20:31	26	36,74	56,20	377	0	5	16	5	3	7	5	10	428

Himnos	20:32	27	36,99	56,67	350	0	12	13	13	5	8	5	6	412
	20:33	28	37,08	56,39	325	3	6	5	12	5	11	6	0	373
	20:34	29	37,83	57,52	268	6	15	10	8	11	8	12	6	344
	20:35	30	38,16	57,05	261	2	20	8	7	9	14	14	4	339
Primer Tiempo	20:36	31	39,06	57,71	387	7	11	14	12	6	19	8	5	469
	20:37	32	39,67	59,05	309	2	7	11	6	4	12	7	4	362
	20:38	33	40,87	59,48	273	3	6	144	7	0	48	4	5	490
	20:39	34	41,88	60,14	228	4	10	61	5	8	27	5	6	354
	20:40	35	42,52	60,00	185	0	8	30	8	4	17	4	2	258
	20:41	36	44,08	62,68	148	1	7	26	8	4	10	5	7	216
	20:42	37	44,29	62,36	141	2	8	15	7	3	12	8	2	198
	20:43	38	44,31	62,94	190	2	12	31	6	3	28	10	5	287
	20:44	39	44,71	63,63	165	1	6	30	14	3	24	6	3	252
	20:45	40	44,21	63,44	148	1	8	21	18	6	45	3	4	254
	20:46	41	44,03	62,90	103	2	2	15	14	4	30	0	2	172

20:47	42	44,84	63,51	128	3	8	8	44	0	17	3	85	296
20:48	43	44,36	63,18	151	13	3	13	20	3	51	0	48	302
20:49	44	44,89	63,54	116	11	3	26	7	7	25	2	7	204
20:50	45	45,28	64,50	302	9	3	23	10	6	10	8	7	378
20:51	46	44,82	64,15	314	4	12	10	50	7	11	7	10	425
20:52	47	43,87	62,55	297	6	17	14	27	2	8	3	12	386
20:53	48	44,41	62,27	211	1	14	19	18	5	6	9	12	295
20:54	49	44,73	62,81	202	3	16	13	13	3	15	1	5	271
20:55	50	44,69	64,20	151	3	13	23	21	31	14	1	3	260
20:56	51	44,80	63,47	209	3	10	29	17	44	23	2	7	344
20:57	52	45,66	64,05	160	7	21	27	8	17	15	9	10	274
20:58	53	45,41	63,96	154	4	560	20	11	9	15	3	9	785
20:59	54	44,83	64,06	170	11	235	19	12	24	7	5	6	489
21:00	55	46,60	65,04	179	20	114	18	12	13	5	3	4	368
21:01	56	46,56	65,34	169	11	81	12	9	16	9	3	0	310

21:02	57	46,49	64,46	167	9	86	15	12	16	9	2	6	322
21:03	58	45,94	63,93	132	4	48	17	13	14	31	4	4	267
21:04	59	46,52	65,53	127	7	50	18	13	8	18	4	5	250
21:05	60	46,55	64,87	126	2	36	17	7	33	32	2	3	258
21:06	61	46,68	65,36	126	5	27	15	12	35	31	0	4	255
21:07	62	47,27	66,29	154	6	26	15	7	12	107	2	4	333
21:08	63	47,74	67,64	127	3	27	23	3	14	57	1	5	260
21:09	64	47,80	67,12	97	0	12	20	7	9	36	0	3	184
21:10	65	48,07	67,16	114	2	9	18	5	6	31	4	13	202
21:11	66	48,73	67,71	133	3	5	116	8	41	26	5	51	388
21:12	67	48,09	66,77	134	8	16	110	6	51	23	4	34	386
21:13	68	48,27	67,02	169	14	6	50	39	12	14	3	20	327
21:14	69	47,71	65,53	123	9	9	38	20	27	22	8	15	271
21:15	70	47,05	66,15	132	3	9	20	17	19	25	1	6	232
21:16	71	46,98	65,06	122	11	11	16	10	6	15	6	4	201

	21:17	72	47,93	66,83	150	7	16	22	24	5	16	4	7	251
	21:18	73	48,75	66,90	104	5	16	15	9	5	5	2	7	168
	21:19	74	48,54	67,24	122	6	11	17	8	5	7	4	9	189
	21:20	75	48,70	67,12	121	3	10	16	11	5	8	1	14	189
Minutos	21:21	76	50,06	67,40	236	0	4	11	62	3	10	3	8	337
Adicionales	21:22	77	51,35	70,07	836	10	3	12	794	4	5	6	3	1.673
	21:23	78	50,28	68,33	684	32	77	14	689	4	2	3	6	1.511
	21:24	79	49,30	66,69	656	21	48	19	513	11	7	14	4	1.293
	21:25	80	47,83	64,33	492	15	29	16	384	6	24	3	10	979
Medio	21:26	81	46,53	62,46	376	9	23	8	267	7	11	10	7	718
Tiempo	21:27	82	45,07	60,14	357	5	17	18	226	5	15	5	11	659
	21:28	83	44,33	59,78	269	3	12	14	167	5	13	6	4	493
	21:29	84	43,69	58,89	285	4	14	21	166	14	14	13	7	538
	21:30	85	41,35	56,40	248	7	20	17	132	5	14	6	4	453
	21:31	86	40,30	54,72	212	11	14	12	116	5	13	10	15	408

	21:32	87	39,58	53,61	197	0	14	26	119	9	11	6	3	385
	21:33	88	40,27	54,26	160	12	13	21	123	7	6	4	5	351
	21:34	89	40,79	55,26	168	10	8	21	102	3	12	6	5	335
	21:35	90	41,72	55,59	189	12	9	24	108	4	10	10	6	372
	21:36	91	41,66	55,53	180	6	6	20	82	3	9	5	3	314
	21:37	92	40,83	54,14	169	4	12	20	93	3	12	5	4	322
Segundo Tiempo	21:38	93	40,26	53,23	175	8	13	25	86	5	8	5	2	327
	21:39	94	40,59	53,69	374	9	15	17	79	3	16	6	2	521
	21:40	95	41,63	54,92	341	5	29	15	71	4	18	5	5	493
	21:41	96	42,84	56,25	370	5	23	19	53	3	13	3	5	494
	21:42	97	43,63	56,95	284	5	6	10	44	6	7	3	5	370
	21:43	98	44,37	57,68	307	12	14	14	44	9	12	5	2	419
	21:44	99	44,57	59,29	354	8	3	55	38	5	8	3	2	476
	21:45	100	45,29	59,77	181	5	7	76	18	3	7	1	3	301
	21:46	101	46,02	61,07	178	3	8	37	13	4	3	0	5	251

21:47	102	48,15	63,48	142	1	5	21	22	2	8	3	5	209
21:48	103	48,78	64,00	183	2	6	60	17	2	8	3	5	286
21:49	104	48,49	63,77	145	3	3	20	15	4	0	2	2	194
21:50	105	49,11	64,94	136	0	0	17	16	4	78	2	3	256
21:51	106	49,68	64,69	176	1	1	15	22	4	35	2	1	257
21:52	107	49,22	65,13	128	1	4	16	30	2	24	5	4	214
21:53	108	49,44	65,01	134	0	16	25	14	12	17	2	4	224
21:54	109	49,74	65,04	136	1	14	14	22	6	7	4	2	206
21:55	110	49,21	64,61	127	1	6	23	7	7	7	4	2	184
21:56	111	49,90	65,24	129	2	5	8	19	26	6	4	0	199
21:57	112	49,49	64,64	102	2	8	5	18	7	4	0	1	147
21:58	113	48,95	62,91	130	3	9	6	16	12	10	3	4	193
21:59	114	48,49	62,79	143	2	12	13	11	6	7	1	2	197
22:00	115	48,55	63,64	132	6	13	8	13	18	9	3	5	207
22:01	116	49,23	64,49	91	3	23	10	16	20	14	0	2	179

22:02	117	49,41	64,83	119	4	28	12	13	16	14	1	2	209
22:03	118	49,61	64,34	168	2	43	5	8	9	8	3	2	248
22:04	119	50,16	65,19	104	1	366	11	19	5	10	5	4	525
22:05	120	50,47	66,40	114	4	307	16	10	11	17	6	5	490
22:06	121	50,04	65,79	106	5	116	15	13	7	10	5	5	282
22:07	122	48,87	65,58	282	14	97	13	10	7	20	1	10	454
22:08	123	49,69	65,67	286	19	61	19	98	12	38	4	9	546
22:09	124	48,25	64,63	226	30	47	24	27	20	42	7	3	426
22:10	125	49,58	65,15	200	27	37	16	25	19	31	7	3	365
22:11	126	50,42	66,38	164	18	20	15	5	105	33	5	17	382
22:12	127	49,70	65,77	130	28	16	16	11	42	103	7	10	363
22:13	128	49,53	65,36	125	27	17	19	13	26	37	7	6	277
22:14	129	49,14	64,45	89	24	60	22	15	19	25	6	3	263
22:15	130	48,47	63,99	100	23	25	22	20	18	29	9	3	249
22:16	131	48,82	63,98	143	35	14	24	19	20	28	5	65	353

	22:17	132	49,32	64,83	149	19	14	13	10	13	70	1	22	311
	22:18	133	48,86	64,06	162	16	12	21	9	14	91	4	10	339
	22:19	134	49,38	64,24	132	18	22	15	6	12	34	3	12	254
	22:20	135	49,18	63,96	132	18	12	20	4	14	12	2	8	222
	22:21	136	49,11	63,39	112	12	15	24	6	8	17	2	7	203
	22:22	137	49,29	63,54	147	41	25	34	13	16	13	3	8	300
	22:23	138	50,20	64,01	128	31	9	22	7	12	12	0	10	231
Minutos Adicionales	22:24	139	50,44	64,82	165	51	14	9	11	106	8	1	3	368
	22:25	140	49,82	63,66	131	29	21	11	11	46	7	3	13	272
	22:26	141	50,01	64,68	166	10	159	47	9	18	4	3	19	435
	22:27	142	49,18	65,13	132	14	34	102	7	8	6	1	11	315
	22:28	143	49,00	64,47	140	41	17	162	2	8	5	1	7	383
After	22:29	144	48,81	63,62	165	65	12	70	4	7	7	1	8	339
	22:30	145	49,34	64,85	145	33	11	60	2	3	9	1	7	271
	22:31	146	49,87	64,80	101	17	12	46	7	4	8	15	2	212

22:32	147	49,98	65,31	147	40	15	75	10	3	5	8	11	314
22:33	148	49,37	65,36	330	81	11	80	26	15	8	3	15	569
22:34	149	44,39	58,77	472	120	23	106	48	29	20	7	13	838
22:35	150	43,87	57,97	361	99	12	199	31	38	33	5	11	789
22:36	151	42,77	56,68	314	102	34	112	25	23	35	15	15	675
22:37	152	40,69	53,94	311	79	45	93	30	23	27	17	22	647
22:38	153	40,55	53,85	256	74	59	74	36	16	18	8	14	555
22:39	154	41,16	54,46	239	65	45	61	18	17	29	4	7	485
22:40	155	38,85	51,07	246	47	45	45	18	11	19	6	13	450
22:41	156	36,36	48,85	180	48	37	40	18	10	18	5	11	367
22:42	157	35,25	46,52	197	39	37	40	10	10	18	4	9	364
22:43	158	34,27	45,46	207	49	33	40	22	13	20	5	9	398
22:44	159	34,76	45,53	145	48	27	35	8	11	18	3	2	297
22:45	160	32,27	42,57	190	43	20	34	15	9	19	5	9	344
22:46	161	31,79	42,15	177	39	14	25	16	9	23	3	11	317

22:47	162	30,65	41,17	152	36	17	30	21	11	16	4	11	298
22:48	163	29,88	40,29	133	27	20	23	12	6	8	5	6	240
22:49	164	25,88	35,30	128	37	12	18	12	5	9	1	6	228
22:50	165	25,77	34,99	132	50	17	13	13	11	15	2	10	263
22:51	166	24,61	33,39	141	49	10	16	14	8	11	3	8	260
22:52	167	24,02	32,69	146	48	14	15	23	9	13	1	10	279
22:53	168	22,95	31,60	140	63	7	24	22	8	16	1	11	292
22:54	169	22,52	31,22	130	77	9	26	29	3	5	8	10	297
22:55	170	22,47	31,61	103	55	9	20	20	3	9	5	8	232
22:56	171	21,94	30,77	108	61	6	12	11	4	7	1	10	220
TOTAL				32.703	2.687	4.604	4.504	6.588	1.901	2.855	761	1.338	57.941
Mínimo				80	0	0	3	0	0	0	0	0	101
Máximo				836	120	560	199	794	106	107	17	85	1.673
Promedio				191	16	27	26	39	11	17	4	8	339

Anexo 3: Menciones Partido Chile – Uruguay

MENCIONES PARTIDO CHILE - URUGUAY														
Momento del Partido	Hora Real	Minuto	Rating	Share	Selección Chilena	Jugadores								Menciones Totales
						Jorge Sampaoli	Claudio Bravo	Alexis Sánchez	Arturo Vidal	Eduardo Vargas	Jorge Valdivia	Gary Medel	Gonzalo Jara	
						Previa	19:32	1	17,89	31,27	1	0	1	
	19:33	2	17,87	31,76	8	0	0	1	0	0	0	0	1	10
	19:34	3	19,25	33,03	7	0	0	0	0	0	0	0	1	8
	19:35	4	19,95	34,18	3	0	1	0	0	0	0	0	1	5
	19:36	5	19,22	33,21	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	19:37	6	20,56	35,15	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	19:38	7	20,58	34,17	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	19:39	8	21,05	34,93	2	0	0	0	0	0	0	0	1	3
	19:40	9	21,24	36,38	3	0	2	1	1	1	1	1	1	11
	19:41	10	21,28	35,41	6	0	0	0	0	0	0	0	1	7
	19:42	11	21,58	35,92	5	0	0	1	0	0	0	0	0	6

	19:43	12	22,11	37,24	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	19:44	13	21,68	35,91	5	0	0	1	0	0	0	0	0	6
	19:45	14	22,11	36,29	2	0	2	1	0	0	0	0	1	6
	19:46	15	23,59	38,58	7	0	1	0	0	0	0	0	0	8
	19:47	16	23,58	38,29	8	0	0	0	1	0	0	0	1	10
	19:48	17	25,28	40,46	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	19:49	18	26,89	42,86	4	0	0	1	0	0	1	1	0	7
	19:50	19	23,88	39,79	7	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	19:51	20	27,21	44,36	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	19:52	21	28,80	45,92	12	0	0	0	0	0	0	0	2	14
	19:53	22	28,27	46,15	7	0	0	1	0	0	0	0	0	8
Aparición Equipos e Himnos	19:54	23	28,94	46,80	6	0	0	0	0	0	0	0	0	6
	19:55	24	30,47	48,57	9	0	0	0	0	0	0	0	3	12
	19:56	25	35,26	54,37	16	1	0	1	0	1	0	0	1	20
	19:57	26	35,74	54,82	16	0	0	0	0	0	0	0	1	17

	19:58	27	36,00	55,20	17	0	0	0	0	1	0	0	7	25
	19:59	28	35,94	54,55	13	0	1	0	0	2	0	0	14	30
	20:00	29	37,16	55,32	20	0	1	1	2	2	1	0	6	33
	20:01	30	39,52	59,24	40	0	1	1	0	0	0	0	7	49
Primer Tiempo	20:02	31	39,74	59,60	35	2	0	3	1	1	1	3	17	63
	20:03	32	41,45	62,09	130	7	6	13	6	9	6	5	46	228
	20:04	33	41,62	62,48	246	14	4	13	4	5	6	1	54	347
	20:05	34	42,38	63,42	218	4	3	18	5	7	5	2	47	309
	20:06	35	42,98	64,01	249	2	8	16	2	27	2	1	129	436
	20:07	36	43,10	64,54	204	5	28	17	2	12	4	0	129	401
	20:08	37	43,32	64,06	210	3	4	20	2	14	6	1	243	503
	20:09	38	44,15	65,98	143	1	8	27	29	6	5	1	195	415
	20:10	39	44,09	66,19	186	3	71	14	49	3	0	3	139	468
	20:11	40	43,99	66,10	154	1	36	13	13	3	1	3	116	340
	20:12	41	45,42	66,49	238	2	40	83	82	25	1	7	77	555

20:13	42	45,81	67,74	212	6	34	73	28	1	7	32	74	467
20:14	43	46,05	67,47	158	4	14	46	16	5	6	16	79	344
20:15	44	45,28	66,03	203	7	28	38	9	13	0	13	127	438
20:16	45	46,15	67,60	115	2	17	16	409	3	3	4	62	631
20:17	46	46,45	67,46	159	10	16	21	453	48	3	4	39	753
20:18	47	47,18	66,81	159	35	3	19	175	33	5	8	36	473
20:19	48	47,20	68,11	162	13	9	22	101	18	9	7	248	589
20:20	49	49,09	68,50	162	20	6	23	63	18	40	3	200	535
20:21	50	48,28	68,67	171	18	15	23	22	17	22	2	139	429
20:22	51	48,71	68,67	137	5	16	16	34	7	5	113	152	485
20:23	52	49,05	68,96	148	3	14	14	12	3	6	221	85	506
20:24	53	49,37	69,27	182	6	9	9	10	1	5	176	97	495
20:25	54	48,87	69,52	470	9	15	19	133	4	8	112	101	871
20:26	55	49,45	70,35	349	9	11	16	384	5	9	88	82	953
20:27	56	48,90	69,33	390	18	7	20	355	9	7	74	96	976

20:28	57	49,00	68,76	355	20	10	32	162	7	33	48	74	741
20:29	58	49,61	69,72	278	21	8	25	111	8	22	32	97	602
20:30	59	50,05	69,73	286	34	6	19	73	5	20	26	181	650
20:31	60	49,94	69,00	228	9	5	26	85	97	9	22	94	575
20:32	61	49,94	68,70	209	6	9	15	40	29	6	27	75	416
20:33	62	49,84	68,49	222	17	10	21	53	20	11	8	64	426
20:34	63	50,35	68,55	215	10	6	84	31	22	12	11	54	445
20:35	64	50,62	69,67	234	13	4	33	43	11	18	13	77	446
20:36	65	52,38	71,17	235	19	5	47	43	8	6	12	98	473
20:37	66	48,24	68,65	225	16	7	65	48	28	4	5	11	409
20:38	67	50,28	68,92	182	6	13	31	45	7	14	6	72	376
20:39	68	52,91	71,83	187	9	12	28	100	12	18	14	61	441
20:40	69	51,75	70,29	206	8	1	23	52	9	18	3	50	370
20:41	70	53,54	72,45	223	12	19	26	227	15	26	5	57	610
20:42	71	55,06	73,08	169	20	12	15	158	9	20	6	33	442

	20:43	72	53,37	72,08	163	24	11	22	274	11	12	9	49	575
	20:44	73	53,45	71,59	156	13	5	26	104	25	35	4	106	474
	20:45	74	54,08	72,57	213	20	6	32	99	21	39	6	89	525
	20:46	75	54,44	71,94	193	22	9	24	63	20	48	7	49	435
Minutos	20:47	76	54,03	72,78	191	14	13	36	55	15	30	10	50	414
Adicionales	20:48	77	54,90	72,09	203	21	23	29	60	13	25	4	36	414
	20:49	78	53,28	71,25	212	16	16	37	37	9	25	3	31	386
	20:50	79	52,64	70,28	287	61	1	73	51	9	22	9	51	564
	20:51	80	50,19	66,57	346	37	19	74	88	20	31	6	84	705
Medio	20:52	81	48,86	64,73	339	24	7	68	77	24	46	10	82	677
Tiempo	20:53	82	48,41	63,95	341	28	10	169	70	21	33	11	61	744
	20:54	83	47,13	63,25	354	39	12	122	88	22	49	10	63	759
	20:55	84	46,53	62,13	380	36	7	93	77	21	33	9	68	724
	20:56	85	45,47	61,74	406	39	10	84	84	26	29	13	58	749
	20:57	86	45,77	62,00	360	32	11	74	69	8	28	9	59	650

	20:58	87	47,18	63,55	356	36	8	65	60	17	37	9	70	658
	20:59	88	47,42	64,00	329	30	5	44	78	13	32	13	65	609
	21:00	89	48,46	63,89	277	34	6	52	79	11	29	17	31	536
	21:01	90	47,73	63,19	220	25	3	126	58	13	30	10	48	533
	21:02	91	47,27	62,50	186	29	6	86	61	12	23	8	37	448
	21:03	92	46,87	62,08	210	21	4	75	57	14	18	10	46	455
Segundo Tiempo	21:04	93	47,01	61,46	198	17	7	54	46	12	17	12	45	408
	21:05	94	46,41	61,62	192	27	7	43	51	14	18	10	48	410
	21:06	95	46,50	61,58	199	43	4	44	41	7	25	18	50	431
	21:07	96	46,49	62,32	202	89	8	30	24	8	9	7	40	417
	21:08	97	48,87	65,23	221	78	5	32	20	9	11	15	40	431
	21:09	98	50,96	67,02	303	55	6	23	20	6	16	10	32	471
	21:10	99	50,37	67,08	174	48	6	17	20	4	8	10	22	309
	21:11	100	52,00	68,43	179	21	9	18	6	15	24	6	15	293
	21:12	101	52,38	70,89	133	28	2	39	7	13	16	6	12	256

21:13	102	53,41	69,65	138	19	3	189	3	3	3	13	25	396
21:14	103	52,94	70,55	139	21	3	86	31	2	3	11	19	315
21:15	104	53,76	71,31	162	16	5	47	24	4	6	12	26	302
21:16	105	54,04	70,98	130	39	5	55	18	3	21	5	25	301
21:17	106	53,78	71,03	156	21	111	41	10	49	10	3	30	431
21:18	107	53,16	70,60	127	24	58	15	6	27	13	2	18	290
21:19	108	53,85	71,44	203	12	36	28	17	13	12	2	15	338
21:20	109	53,98	71,37	156	13	24	166	11	13	15	4	10	412
21:21	110	54,88	72,11	158	21	27	144	8	7	11	2	14	392
21:22	111	54,10	71,71	126	28	13	48	109	6	43	2	18	393
21:23	112	53,30	70,55	143	57	20	28	187	6	41	2	26	510
21:24	113	53,28	70,70	125	46	12	33	74	8	20	2	20	340
21:25	114	51,42	69,28	236	159	77	10	31	1	10	2	21	547
21:26	115	49,76	65,95	332	185	89	12	24	7	20	17	36	722
21:27	116	50,81	66,82	324	208	54	19	38	10	32	16	39	740

21:28	117	52,08	69,06	363	219	134	15	31	7	12	7	36	824
21:29	118	50,61	66,02	539	308	230	18	21	9	26	7	85	1.243
21:30	119	51,92	67,32	502	238	113	33	33	10	23	6	71	1.029
21:31	120	52,22	66,96	443	220	95	30	50	10	33	4	47	932
21:32	121	52,17	66,99	461	166	52	38	23	8	52	3	55	858
21:33	122	50,36	65,60	355	160	33	21	13	14	33	14	59	702
21:34	123	50,93	65,33	347	104	39	32	15	13	18	4	36	608
21:35	124	51,61	66,09	295	110	13	53	25	13	21	5	31	566
21:36	125	51,37	66,01	272	47	15	25	15	5	15	10	19	423
21:37	126	50,12	64,90	290	57	17	87	15	28	32	12	26	564
21:38	127	50,18	65,17	282	64	32	59	13	30	26	16	33	555
21:39	128	50,38	65,26	286	69	31	39	10	13	18	53	32	551
21:40	129	50,83	65,67	300	75	29	67	16	21	50	20	47	625
21:41	130	51,22	65,98	249	85	19	54	24	15	27	11	44	528
21:42	131	49,68	64,74	253	85	25	44	56	20	20	6	46	555

	21:43	132	48,52	63,20	243	80	29	47	230	13	21	17	36	716
	21:44	133	48,99	62,92	290	107	27	40	91	10	24	7	38	634
	21:45	134	48,44	63,31	247	126	342	41	40	67	23	10	66	962
	21:46	135	48,81	63,43	198	100	249	21	18	48	34	9	58	735
	21:47	136	49,92	64,88	213	73	91	25	13	382	17	12	49	875
	21:48	137	50,34	65,96	188	53	9	92	21	212	16	8	63	662
Minutos	21:49	138	50,28	65,46	243	64	35	129	28	134	26	10	41	710
Adicionales	21:50	139	50,12	64,59	235	62	27	375	24	113	16	11	30	893
	21:51	140	50,45	65,25	241	66	19	165	16	95	35	15	44	696
	21:52	141	49,46	64,06	254	91	269	103	16	80	24	15	69	921
	21:53	142	49,14	63,76	217	82	108	99	29	64	33	22	59	713
After	21:54	143	48,92	63,60	258	62	52	83	13	50	27	21	44	610
	21:55	144	49,41	64,31	313	97	52	99	24	47	37	16	52	737
	21:56	145	47,26	61,86	373	88	25	46	24	29	483	13	32	1.113
	21:57	146	44,06	57,22	388	79	33	41	66	32	648	11	229	1.527

21:58	147	37,89	48,42	444	89	29	41	102	50	437	8	157	1.357
21:59	148	36,53	46,79	418	88	35	36	89	35	279	15	114	1.109
22:00	149	34,47	44,64	393	95	31	32	76	41	228	11	100	1.007
22:01	150	34,37	44,93	370	69	32	38	56	41	170	21	83	880
22:02	151	33,47	43,47	374	88	27	35	78	35	153	12	69	871
22:03	152	31,46	40,26	312	78	27	33	42	35	94	12	52	685
22:04	153	29,55	38,30	323	74	21	28	37	36	90	13	44	666
22:05	154	28,36	37,24	311	71	35	26	23	49	62	13	46	636
22:06	155	25,50	32,97	310	65	14	21	36	35	70	9	51	611
22:07	156	23,56	30,49	245	97	12	19	43	37	79	8	59	599
22:08	157	21,68	28,17	248	102	12	27	40	45	57	9	60	600
22:09	158	20,34	26,63	233	129	16	28	29	27	46	9	54	571
22:10	159	20,85	27,11	226	90	5	22	30	22	55	3	29	482
22:11	160	20,85	26,94	214	100	8	16	23	15	47	3	43	469
22:12	161	20,06	26,19	223	69	8	21	25	26	36	3	31	442

22:13	162	20,39	26,91	182	83	11	20	19	17	32	2	19	385
22:14	163	20,56	27,01	176	91	12	15	20	24	35	4	36	413
22:15	164	20,66	27,14	154	72	9	17	13	17	21	5	26	334
22:16	165	20,39	26,57	145	53	8	13	13	11	20	1	32	296
22:17	166	20,59	26,50	148	48	6	11	13	14	19	6	27	292
22:18	167	20,30	26,57	125	40	8	18	15	14	23	4	18	265
22:19	168	21,07	27,19	153	54	7	16	16	9	28	3	22	308
22:20	169	19,29	25,18	151	42	7	24	10	14	24	2	18	292
TOTAL				34.074	7.330	3.966	6.322	8.050	3.424	5.445	2.067	8.605	79.283
Mínimo				1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Máximo				539	308	342	375	453	382	648	221	248	1.527
Promedio				202	43	23	37	48	20	32	12	51	469