

Análisis de la conversación en el Mundial 2014 con Lynguo



Sabíamos que el Mundial de fútbol de Brasil era un gran evento, el gran evento de este verano. Queríamos saber de qué se hablaba, cuánto se hablaba y qué impacto estaba teniendo el Mundial en la red social Twitter.

Los **altísimos volúmenes de conversación** mundial en Twitter, en todas las lenguas, durante los partidos han sido un reto para los que nos dedicamos al análisis y procesamiento del sentimiento en tiempo real.

Si el Mundial de fútbol es mundial no lo es únicamente por el fútbol, también lo es por las pasiones que levanta. En estas semanas hemos comprobado, con datos de las redes sociales, cómo este evento ha generado más de **47 millones de tuits solo en español** por todo el mundo. Un torbellino de opiniones, emociones, expectativas, euforias, desilusiones... mensajes, en definitiva, que, de ser editados en un libro recopilatorio, requerirían 2.056.250 páginas.

Por suerte, para superar este desafío, teníamos Lynguo, y los resultados de mayor relevancia han sido plasmados en un [Blog](#) dedicado a observar la conversación alrededor de este evento.



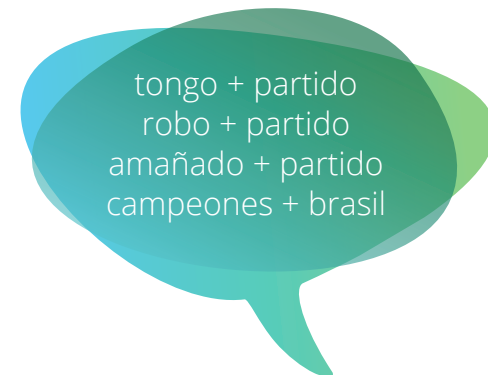
01. Lo más relevante del Mundial Brasil 2014

Lynguo valora de forma automática las opiniones y emociones de los usuarios hispanohablantes, clasificándolas como positivas, negativas o neutras, y presenta su evolución en el tiempo. Para el tratamiento de la información, Lynguo combina el **conocimiento lingüístico** profundo con **algoritmos de monitorización y análisis de Big Data**; esto nos permite la detección de crisis, tendencias y líderes de opinión en tiempo real.

Gracias a esta tecnología, y al trabajo de su equipo humano, hemos conseguido extraer información no estructurada del **sentimiento de los usuarios** de Twitter a lo largo del Mundial. Hemos medido y localizado en el

tiempo su ira, su euforia, su decepción, su tristeza... Aquí presentamos una descripción de cómo hemos llevado a cabo este proceso.

Lo primero fue decidir los **términos clave** que queríamos monitorizar: partidos, equipos, futbolistas... además de los **hashtag** más utilizados por los aficionados en Twitter: #ARG, #MEX, #worldcup, #brasil2014, #NED,... También se seleccionaron los tuits que relacionaban dos palabras clave y expresaban la opinión del usuario, por ejemplo:



Estas fueron algunas de las variables que monitorizamos a lo largo del Mundial: gol, partidazo, futbolista, árbitro, penalti, selección española, copa del mundo, etc.



Hazlo tú: cómo configurar una buena escucha activa



La **configuración de la escucha** es un factor clave que determina los resultados que vamos a obtener. Una buena configuración te asegura una buena foto de la conversación online.

Configurar los términos de búsqueda para una buena escucha activa es un **ejercicio de reflexión** y consiste en:

- Acotar el campo de estudio de tu marca.
- Saber en qué redes sociales tiene presencia tu marca.
- Definir qué marcas son tu competencia y si es pertinente monitorizarlas.
- Elegir qué palabras quieres monitorizar (personalidades, productos, empresas, eventos, hashtags, cuentas específicas, perfiles de Facebook, etc.).

02. El Mundial en cifras

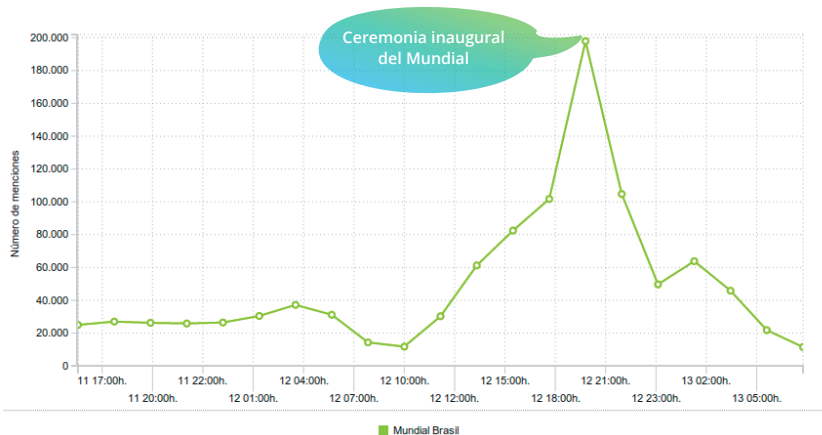
Una vez descargados los datos, comienza el proceso de análisis de los resultados. Lynguo nos ha permitido realizar un análisis en tiempo real del volumen de la conversación y de la opinión de los aficionados en la red social en español, y cómo ha ido evolucionando a lo largo de las distintas fases del Mundial.

De todas las métricas realizadas, a continuación os mostramos algunas de las gráficas más destacadas que hemos obtenido.



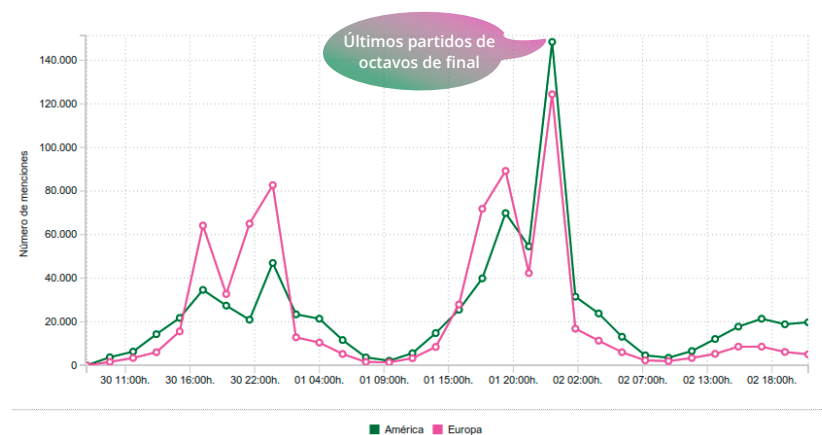
Repercusión del Mundial. Picos de volumen durante los partidos

 Ceremonia inaugural del Mundial 2014, 12 de junio: 197.966 tuits.



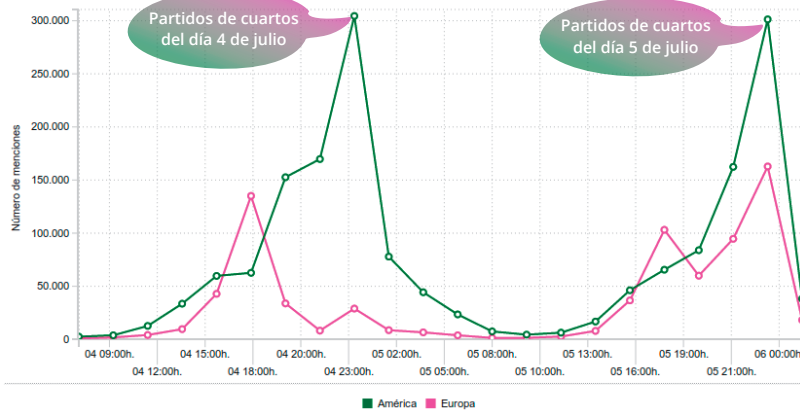
Las actuaciones musicales de Jennifer López, Pitbull y Shakira calentaron el ambiente en Twitter para el partido inaugural.

 Octavos de final, 1 de julio: 148.437 tuits.



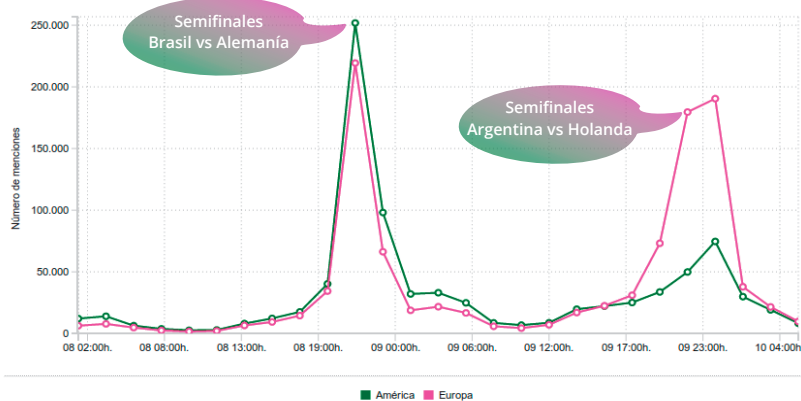
Las selecciones hispanoamericanas ganan a las europeas en presencia en las redes sociales.

 Cuartos de final, 4 de julio: 304.506 tuits y 5 de julio: 301.282 tuits.



Durante los cuartos, el predominio de la presencia de las selecciones hispanoamericanas es abrumador.

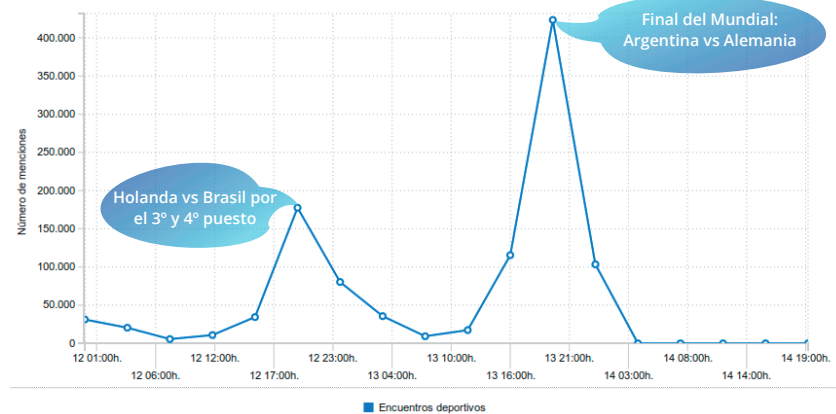
 Semifinales del Mundial, 8 de julio (Brasil-Alemania): 251.843 tuits y 9 de julio (Argentina-Holanda): 190.488 tuits.



El día 8 Brasil tiene más presencia que Alemania, pero con un estrecho margen. Y ya el día 9 comienza a hablarse más de las selecciones europeas, en este caso de Holanda.

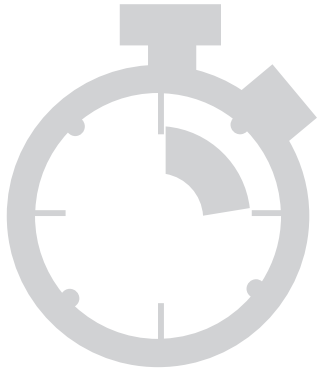


 Final del Mundial, 13 de julio.



En la conversación en español, se puede ver que los argentinos estuvieron mucho más activos durante la final.

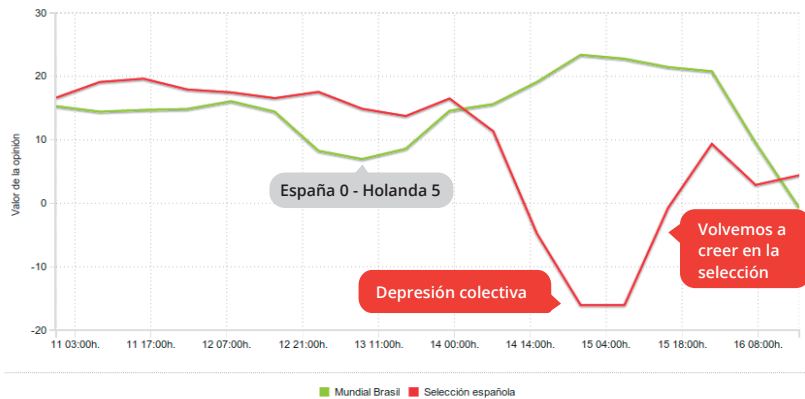
Las analíticas de LynguO en tiempo real



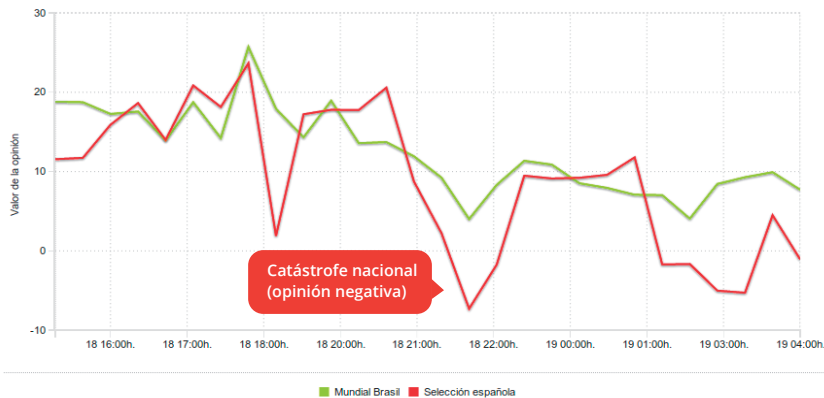
- Análisis de marca: volumen de la presencia en las redes, % del *share*, etc.
- Opinión de los usuarios.
- Cuándo y qué contenidos se comparten más en las redes.
- Palabras más representativas asociadas a tu marca.
- Consulta de todos los datos guardados con todas las métricas.
- Gestión y parametrización de alertas.
- Realización de informes y gráficas personalizadas.

Opinión de la roja durante el Mundial

 Sentimiento hacia la selección española después del primer partido, **España vs Holanda**, 13 de junio.



 Sentimiento hacia la selección española durante del segundo partido, **España vs Chile**, 18 de junio.

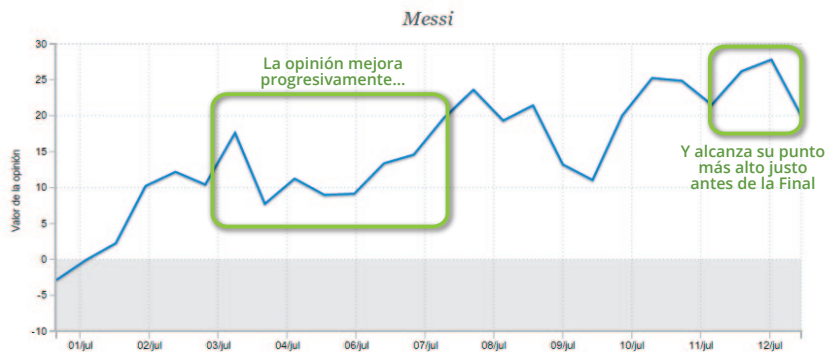


 Sentimiento hacia la selección española durante del tercer partido, **España vs Australia**, 23 de junio.

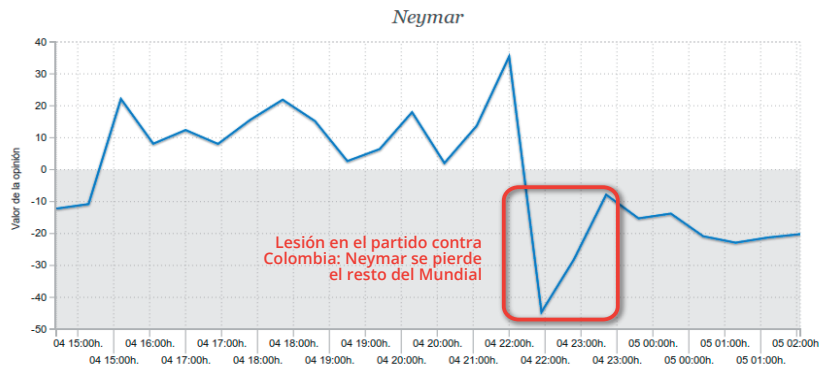


Los futbolistas más valorados: Messi, Neymar, Neuer

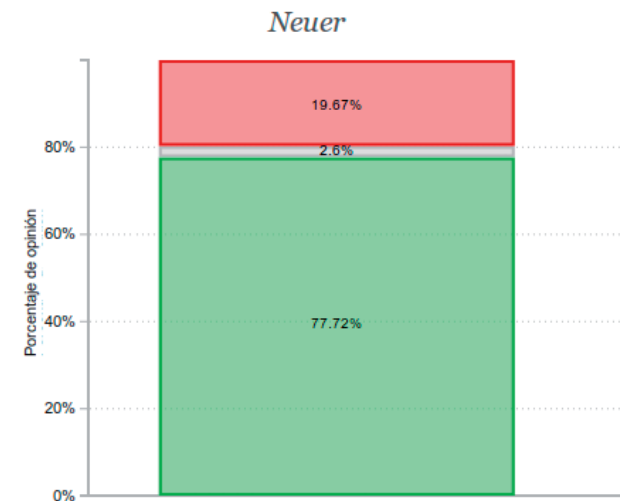
🐦 Evolución de la opinión sobre **Messi** en la recta final del Mundial, del 1 al 13 de julio.



🐦 Evolución de la opinión sobre **Neymar** durante los cuartos de final, 4 de julio. Se observa la caída de la opinión tras la lesión de una vértebra que le sacó del partido y del Mundial.



🐦 Resumen de la opinión sobre **Neuer**, el portero de la selección ganadora, que acumula más de un 70% de opinión positiva durante la recta final del Mundial, del 1 al 13 de julio.



¿Qué puede **aportar** este análisis a tu empresa?

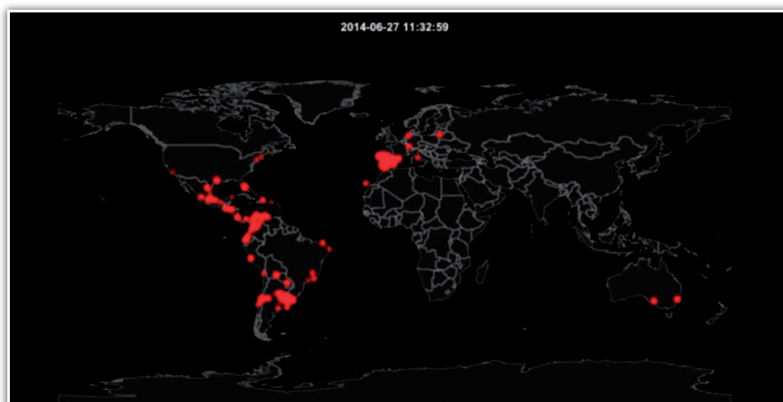


- Analizar automáticamente millones de comentarios de los usuarios sobre tu marca y localizar líderes de opinión.
- Detectar crisis en tiempo real.
- Reflejar el impacto de tus campañas de Marketing.
- Medir tu popularidad y la evolución de tendencias.
- Orientar a los *Community Managers* sobre estados de opinión.
- Encontrar nuevas oportunidades de negocio y redefinir tus estrategias.

Geoconversación

Durante los partidos de octavos de final estuvimos pintando un mapa que muestra desde dónde se hablaba y cómo hervía y evolucionaba la conversación durante los partidos.

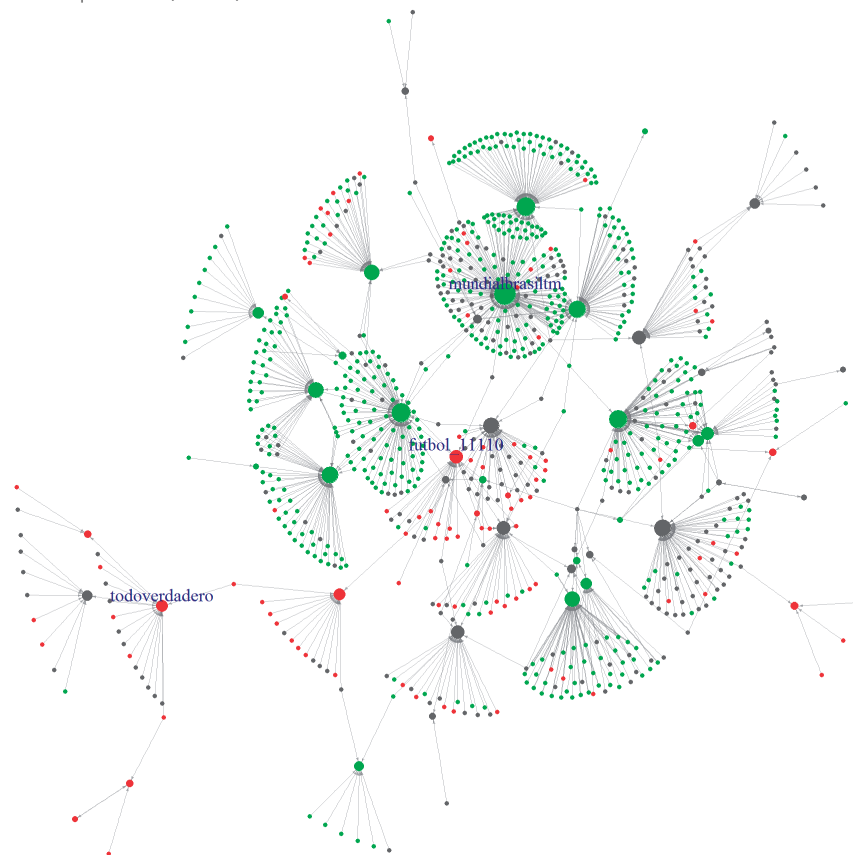
▶ Tweets geolocalizados durante los octavos de final del mundial 2014



Mapa de tuits geolocalizados en castellano durante los octavos de final de Brasil 2014.

Mapa de la red social

No sólo nos interesaba la opinión, sino también ver quiénes dialogaban y se retuiteaban, y de ellos quién generaba una opinión más negativa (rojo) y más positiva (verde).



Grafo de la conversación durante el Mundial.

03. Artículos del Blog

Al Mundial con Lynguo <http://mundial2014.iic.uam.es/>

Este blog «especial Mundial» estuvo activo durante el período del 8 de junio al 13 de julio de 2014. Contamos con 8 autores diferentes, expertos en distintas materias, que publicaron sus reflexiones sobre **el tratamiento de los datos analizados con Lynguo** y el valor potencial de los resultados obtenidos. Estos fueron los post publicados:

- ✍ [Siguiendo a los grandes](#) (Álvaro Barbero)
- ✍ [Twitter, aforismo, haiku y Mundial](#) (Antonio Moreno)
- ✍ [Mapeando un mundial latinoamericano](#) (Alejandro Llorente)
- ✍ [Apuestas hot](#) (Carmen Torrijos)
- ✍ [España vs Australia: salvar la dignidad](#) (Carmen Torrijos)
- ✍ [¿Twitter o tele?](#) (Esteban Moro)
- ✍ [El Happy Hour de las marcas](#) (Esther Morales)
- ✍ [España vs Chile: la pesadilla](#) (Marta Guerrero)
- ✍ [España vs Holanda: el desastre](#) (Carmen Torrijos)
- ✍ [Crujiente de opinión en el jugo del análisis de redes sociales](#) (Pablo Haya)
- ✍ [Brasil-Croacia: primer partido](#) (Marta Guerrero)
- ✍ [Big Events con Lynguo: La Copa del mundo](#) (Marta Guerrero)



04. Equipo



Marta Guerrero | @marta_mgn

Siempre indagando en [#Linguistics](#) [#Computationalsemantics](#) [#sentimentanalysis](#)

Coordinadora de equipo Lynguo y de *AI Mundial* 2014 con Lynguo.



Esteban Moro | @estebanmoro

Desenmarañando [#Redes](#), [#comunidades](#), [#interacciones](#) y [#conversaciones](#) en [#RedesSociales](#)

Líder técnico de Social Business Analytics.



Esther Morales | @esthermoralesp

Con el foco en el 2.0 a través del [#marketing](#) de contenidos y social

Directora de Marketing, Comunicación y Ventas.



Alejandro Llorente | @llorentealex

Pensando en cómo los [#datos](#) sociales ayudan a mejorar a las empresas

Coordinador de Social Marketing Solutions.



Carmen Torrijos | @tweetmench

Apasionada de la traducción y [#text&opinionmining](#)

Técnico de Social Business Analytics.



Pablo Haya | @pablohaya

Inmerso en transferir a la sociedad innovaciones tecnológicas. Interesado en [#socialanalytics](#) [#socialnetworks](#) [#socialmedia](#) [#socialcomputing](#)

Director de Social Business Analytics.



Antonio Moreno |

Le interesan las propiedades [#matemáticas](#) de las lenguas naturales

Investigador senior de Social Business Analytics.



Álvaro Barbero |

Desarrollando [#algorithms](#) para [#bigdata](#) y [#machinelearning](#)

Director de Ingeniería Algorítmica.



05. Difusión

Gráficas, diagramas y comentarios a los datos extraídos de los partidos a lo largo del tiempo.



Lynguo_IIC | @Lynguo_IIC

Analizamos en tiempo real acontecimientos relevantes. Escucha activa, análisis de sentimiento, #BigData for Big Events

Seguido por Isra C. y otros 5

Esteban Moro @estebanmoro · 24 de jul.
@ictlogist La hemos desarrollado nosotros. Se llama **Lynguo** @Lynguo_IIC y aquí tienes más info iic.uam.es/es/soluciones-...

Ver conversación

Responder

Retwittear

Favorito

Más

Seguido por Beatriz Díez y otros 6

Socialnautas @socialnautas · 21 de jul.
#Lynguo proporciona una valoración sobre las opiniones y emociones de los consumidores en la red [@chtgarrote](https://ow.ly/znFik#rtrss)

Abrir

Responder

Retwittear

Favorito

Más

Retwitteado por Paloma

Andrés Muñoz @AndrewMunozB · 17 de jul.
#BigData, el arma secreta con la que **#Alemania** ganó el **#Mundial2014**
@Lynguo_IIC on wsj.com/1wxCulb vía @WSJ

El periódico **El País** se hizo eco en la sección de Deportes de los resultados de los análisis mostrados en el Blog, publicando las gráficas Lynguo con el resumen de la opinión sobre los futbolistas en su edición online.

EL PAÍS
PORTADA
INTERNACIONAL
POLÍTICA
ECONOMÍA
CULTURA
SOCIEDAD
DEPORTES

MUNDIAL BRASIL 2014
INICIO
CALENDARIO
ESPAÑA
SELECCIONES
SEDES
VÍDEOS
FOTOS
ESTADÍSTICAS
HISTORIA
EPMUNDIAL
WIDGET

Casillas, Diego Costa y Del Bosque, los más criticados en Twitter

- El 28% de los comentarios del Mundial de ayer se centró en la derrota de la selección
- El adiós de La Roja en las redes

EL PAÍS | Madrid | 19 JUN 2014 - 18:39 CET

Archivado en: Mundial 2014, Redes sociales, Selección española, Mundial fútbol, Selecciones deportivas, Fútbol, Competiciones, Internet, Deportes, Telecomunicaciones

Las redes sociales vibraron anoche con la **eliminación de la selección española** del Mundial de Brasil. La mala actuación de los jugadores de Vicente del Bosque no solo consiguió grandes audiencias, además provocó multitud de **comentarios en Twitter**. Durante todo el encuentro, los usuarios fueron reaccionando con cada gol chileno y la mayoría de sus menciones estuvieron destinadas principalmente a los jugadores y al seleccionador. Las estadísticas elaboradas por el Instituto de Ingeniería del Conocimiento reflejan que la derrota provocó que todos los comentarios positivos que antes de comenzar el partido inundaban las redes se transformaran en una gran decepción ante la eliminación.

Esta gráfica muestra la caída del ánimo de los espectadores. El Instituto comenzó a recopilar las opiniones desde las siete de la tarde y los datos demuestran que coincidiendo con el primer gol de la selección chilena las menciones de ánimo hacia la selección se hundieron.

E

[Eskup](#)
[Twitter](#)
[Google+](#)

Cuenta NÓMINA
LIBRE DE COMISIONES.
LIBRE DE CONDICIONES.
Transferencias habituales gratis.

ING DIRECT
People in Progress

MUNDIAL BRASIL
CALENO
CRUCES
FOTOS
VÍDEOS

CALENDARIO

JUEVES 12 JUNIO 2014

BRASIL 3 1 CROACIA

ASÍ FUE

La importancia de medir la opinión sobre tu marca

Hemos visto el **análisis** realizado durante el Mundial, nos gustaría mostrarte qué beneficios puede suponer este análisis para tu marca o empresa.

Las **redes sociales** han dado un giro a la valoración de los usuarios y ahora las encuestas tipo formulario se han quedado atrás. Ya no se responde a preguntas cerradas, sino que se opina de forma espontánea en cualquier momento y sobre cualquier tema.

La opinión sobre tu marca constituye la reputación de tu empresa en las redes sociales. Es fundamental conocerla y medirla.

Todas estas opiniones, que pueden llegar a ser millones, no están en un formato fijo, por lo que no podrías leerlas una a una: Lynguo es una **herramienta inteligente** que analiza esos comentarios por ti y los clasifica, generando informes gráficos atractivos en tiempo real.

¿Te gustaría probarla?



Contacta con nosotros:
@Lynguo_IIC y @Eventos_IIC



Síguenos en:



C/ Francisco Tomás y Valiente, nº 11
EPS, edificio B, 5ª planta
UAM Cantoblanco
28049 Madrid, [España](#).

Tel.: (+34) 91 497 2323
Fax: (+34) 91 497 2334
iic@iic.uam.es
www.iic.uam.es