séntisis

CAMPAÑA DE LA CADENA SER

#SinRespeto NoHayJuego

Análisis del comportamiento ciudadano en las redes sociales durante los partidos de fútbol.

sentisis.com

¿Qué vamos a analizar?

Analizamos las conversaciones que se vierten en las redes sociales durante los principales partidos de fútbol en España en la temporada 16/17, Supercopa de España 2017 y la temporada 17/18 hasta el 30 de enero de 2018.

El objetivo de este estudio es conocer los comportamientos tóxicos que más presencia tienen en redes sociales, qué tipo de expresiones y síntomas de violencia se reproducen con mayor vehemencia en el entorno social, y el tipo de perfil que está detrás de estos tipos de comentarios.

Metodología de análisis

- **Análisis:**
  Más de 1,9 Millones de comentarios.

- **Para el análisis correcto de la conversación, Séntisis ha excluido del estudio todos los comentarios de carácter informativo, recogiendo solo aquellos que expresan una opinión valorativa respecto de un partido de fútbol.**

- **TEMPORADA 2016/2017:**

  Atlético de Madrid - Real Madrid · 19/11/2016
  Barcelona - Real Madrid · 03/12/2016
  Barcelona - Espanyol · 18/12/2016
  Sevilla - Real Madrid · 15/01/2017
  Real Madrid - Real Sociedad · 28/01/2017
  Betis - Barcelona · 29/01/2017
  Barcelona - Athletic de Bilbao · 04/02/2017
  Osasuna - Real Madrid · 11/02/2017
  Atlético de Madrid - Barcelona · 26/02/2017
  Real Madrid - Barcelona · 23/04/2017

- **SUPERCOPA ESPAÑA:**

  Barcelona - Real Madrid · 13/08/2017
  Real Madrid - Barcelona · 16/08/2017

- **TEMPORADA 2017/2018:**

  Real Madrid - Valencia · 27/08/2017
  Barcelona - Espanyol · 09/09/2017
  Atlético - Sevilla · 23/09/2017
  Barcelona - Las Palmas · 01/10/2017
  Real Madrid - Espanyol · 01/10/2017
  Deportivo - Celta de Vigo · 23/12/2017
  Sevilla - Betis · 06/01/2018
  Espanyol - Barcelona · 18/01/2018

Índice

Campaña de la Cadena SER
#SinRespetoNoHayJuego

1 RESULTADOS

- **DATOS CUANTITATIVOS:**
  Presentación de los datos generales, para exponer la relevancia de la conversación violenta sobre el total de los comentarios analizados.

2 ANÁLISIS DE COMENTARIOS VIOLENTOS

- **TIPOS DE OFENSAS EN REDES SOCIALES:**
  Detección de categorías relevantes y definición del tipo de ofensa analizada. Resultado numérico de las conversaciones violentas.
- **VOLUMEN Y TÉRMINOS MÁS REPETIDOS POR TIPO DE OFENSA:**
  Desglose en porcentajes del tipo de discriminación, resultado total en menciones, términos más repetidos, y foco del mensaje sobre el que recae el insulto.

3 DURANTE UN PARTIDO DE FÚTBOL

- **LOS 4 PARTIDOS ANALIZADOS CON MÁS INSULTOS**
  A modo de ejemplo, presentación de la distribución de los insultos en los cuatro partidos de mayor exaltación verbal.
- **FOCOS DE ATAQUE:**
  Número de insultos durante un partido de fútbol, destacando la dirección del insulto por parte del aficionado y los términos más repetidos.
- **ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN NEGATIVA TOTAL:**
  Análisis del total de la conversación negativa, más allá de los insultos, para entender las muestras de rechazo durante un partido de fútbol.

4 CARACTERÍSTICAS DE LOS AFICIONADOS

- **SENTIMIENTOS Y EMOCIONES:**
  Análisis de las emociones del aficionado, independientemente del nivel de insultos, para destacar la pasión que genera el fútbol en el hincha.
- **PERFIL DEL HINCHA "VIOLENTO":**
  Radiografía del tipo de perfil que más presencia tiene en la red y ejemplo de alguno de los mensajes analizados.

5 ANEXO 1. LA OTRA CARA DE LA MONEDA

- **ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POSITIVOS:**
  Presentación del volumen y tipo de mensaje positivo en contra de los actos violentos vividos durante un partido de fútbol.

6 ANEXO 2. EL 'CONFLICTO CATALÁN' EN LA CONVERSACIÓN

- **INCIDENCIA SOBRE LA CATEGORÍA *DISCRIMINACIÓN SOCIAL*:**
  Representación del incremento de la conversación que tiene como foco tratar de forma despectiva el 'Conflicto Catalán'.

séntisis

1

RESULTADOS

Datos cuantitativos

Campaña de la Cadena SER
#SinRespetoNoHayJuego

+110.000
Usuarios únicos participan en la conversación

1/3
Usuarios ha emitido un insulto en la red

TOTAL DE MENCIONES

1.975.000

Comentarios registrados

19,6% COMENTARIOS VIOLENTOS

Dividido entre insultos, signos racistas, homófonos y machistas

25% Conversación informativa

75%

Conversación valorativa
+1,4 Millones Comentarios

58% Comentarios Negativos

26,1% Comentarios Violentos

Tipos de ofensas en redes sociales

26,1% Comentarios violentos

MÁS DE

387.000

Comentarios registrados que expresan una falta de respeto en los 20 partidos analizados.

Del total de insultos, dividimos los tipos de ofensas presentes en redes sociales:

63% INSULTOS GENÉRICOS

Detección de expresiones que arremeten contra una persona/equipo o afición excluyendo la conversación sobre discriminación, machismo/sexismo, homofobia y racismo.

7,7% HOMOFOBIA

Detección de expresiones que utilizan el lenguaje homófobo (condición sexual) para rechazar o repudiar actitudes o hechos vividos en el entorno fútbol.

12,1% DISCRIMINACIÓN SOCIAL

Detección de expresiones que tratan a un colectivo de forma discriminatoria ya sea por motivos culturales, sociales, políticos, económicos o físicos.

6,7% RACISMO

Detección de expresiones denigrantes basadas en argumentos como el color, origen o condición humana, bajo una connotación de desprecio.

10,6% MACHISMO/ SEXISMO

Detección de expresiones que denotan una actitud o conducta en contra de la mujer o del colectivo femenino.

Volumen y términos más repetidos por tipo de ofensa

12,1%
Discriminación Social

46.900
Comentarios

Merengones de mierda, Fascistas, Putos catalanes

'AFICIONADOS'
Foco de insultos más importante

10,6%
Machismo/Sexismo

40.900
Comentarios

Putería, Puta, Mujer, Cama, Shakira

'NOVIAS'
Foco de insultos más importante

7,7%
Homofobia

29.800
Comentarios

Marica, Maricón, Gay

'JUGADORES'
Foco de insultos más importante

6,7%
Racismo

25.800
Comentarios

Negro, Mono, Gitano

'JUGADORES'
Foco de insultos más importante

* Excluimos la categoría 'insultos genéricos' para entender los cuatro tipos de discriminación analizados.

DURANTE UN PARTIDO DE FÚTBOL

Los 4 partidos analizados con más insultos

Partidos/ Ofensas	Atlético de Madrid Real Madrid 19/11/2016	Barcelona Real Madrid 13/08/2017	Barcelona Espanyol 09/09/2017	Espanyol Barcelona 18/01/2018
Insultos	75 %	81 %	38 %	41 %
Dis. Social	6 %	0,5 %	38 %	13 %
Machismo	4 %	6 %	13 %	19 %
Homofobia	12 %	8,5 %	-	18 %
Racismo	3 %	4 %	11 %	9 %

* Porcentajes, sobre el total de los comentarios catalogados como insultos en cada uno de los partidos monitorizados.

DURANTE UN PARTIDO DE FÚTBOL

1,96

de cada 10 comentarios
conllevan un insulto/ofensa.

Focos de ataque

Hacia quién van dirigidos

Jugadores/Equipo	52,1%
Árbitros	19,3%
Afición	21,7%
Directiva	4,7%
Entrenadores	2,2%

Insultos/ofensas
más repetidos

- Puto
- Enano
- Cabrón
- Mierda
- Facha
- Imbécil
- Hijo de puta
- Desgraciado
- Subnormal

Análisis de la conversación negativa total

58%
Comentarios Negativos

Analizamos los momentos que producen una reacción negativa durante el desarrollo de un partido de fútbol.

61%	19%	13%	7%
Acciones del partido	Aficionados	Narradores	Errores en la transmisión

De los insultos analizados, estos aparecen en más de un 70% de las veces durante el desarrollo del partido.

LOS 5 MOMENTOS:

1. Gol rival
2. Acción de un contrario
3. Penalti en contra
4. Sanción del árbitro
5. Pitido final del partido

Sentimientos y emociones

- **Han participado en la conversación más de 110.000 usuarios únicos durante el periodo y partidos analizados. Aquellos partidos en los que participa el Real Madrid o el Barcelona, los de mayor polaridad e insulto.**
- **7 de cada 10 comentarios valorativos durante un partido de fútbol conllevan una emoción.**
- **Los momentos de mayor emoción negativa: Gol rival, Penalti pitado y jugada de un jugador rival.**

Emociones más presentes

Enfado	42,2%
Indignación	29%
Rechazo	13%
Asombro	12,5%
Risa	3,3%

Perfil del hincha "violento"

- Expresa entre 3-4 emociones por partido.
- El 82% son hombres frente al 18% mujeres.
- Su foco de atención son los jugadores rivales y el árbitro.
- Las franjas de edad con mayor actividad "violenta": de 18-24 años y de 30-45 años
- El contenido que más repercusión tiene: Insultos al jugador rival.

Ejemplo de mensajes:

TWITTER

Enhorabuena a todos los béticos de corazón, a mis amigos y a todos los que están siempre con su equipo! Pero vosotros @SevillaFC sois una puta vergüenza, no os merecéis el sueldo que cobráis hijos de puta.

Menudo hijo de puta eres @Cristiano aparte de defraudador, segundón y maricón. A la grada 5 partidos.

Puta Coruña!!!!!! Non son galegos son fillos de puta!!! SEMPRE CELTA.

Es lo menos que se merece ese lameculos de @cristobalsoria… Piqué es una basura humana y merece morir descuartizado por hijo de puta.

Puto negro Umtiti…

Actitudes y comportamientos positivos

DE CADA 100 INSULTOS QUE SE GENERAN

5 Comentarios en contra

de cualquier tipo de ataque o comentario negativo.

'RESPETO'

El término más repetido.

¿Qué reacciones positivas son las más populares?

'RESPETO'

Más de 5.000 comentarios, principalmente destinados a los aficionados, narradores y jugadores.

'EDUCACIÓN'

El 30% de las ocasiones se pide educación a los jugadores.

'EJEMPLO'

El 22% de los comentarios exigen más ejemplo al mundo del fútbol.

* En un mismo mensaje pueden aparecer más de un término positivo.

ANEXO 2. EL 'CONFLICTO CATALÁN' EN LA CONVERSACIÓN

Incidencia sobre la categoría *Discriminación Social*

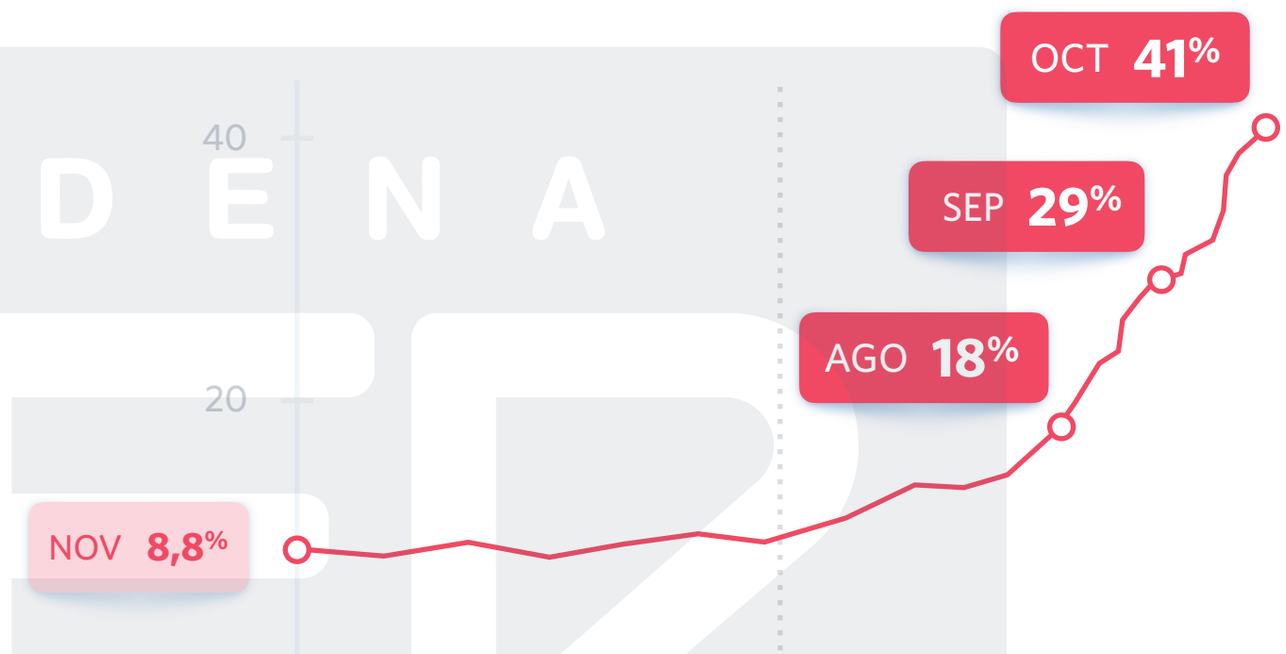
Analizando exclusivamente la incidencia del 'Conflicto Catalán' en la conversación negativa durante el desarrollo de los partidos de fútbol.

Incremento en la conversación sobre la *Discriminación Social*:

+26,7 p.p.

8,8%
Noviembre
Temporada 16/17

35,5%
Enero
Temporada 17/18



De cada 10 mensajes sobre *Discriminación Social* asociado al 'Conflicto Catalán':

- Cataluña 36%
- Independentismo 27%
- Piqué 21%
- Fachas 16%

séntisis | Powered by lang.ai

Séntisis aplica la inteligencia artificial para el entendimiento automático de cualquier tipo de texto.

Gracias a algoritmos de Machine Learning, la tecnología **convierte textos no estructurados en insights de negocio**, dejando de lado cualquier proceso de lectura manual.

La compañía trabaja en un modelo SAAS, donde el cliente puede acceder a una plataforma en la nube o conectarse a la API para ofrecer una conexión directa con el análisis semántico.

En la actualidad la compañía ha podido desarrollar su proyecto en más de **10 países hispanohablantes**, contando con una **cartera de clientes de más de 100 proyectos**. Desde los inicios en el año 2012, la empresa se posiciona como el motor de análisis más fiable para entender cualquier tipo de texto desde la perspectiva semántica. **Con oficinas en Chile, Colombia, España, México y USA** y clientes de primer nivel como **Banco Santander, NIKE, Volaris, NBA o MAPFRE**.

Encuentra más información y pide tu demo

Contacta con nosotros

sentisis.com | info@sentisis.com | @_sentisis