

Palabras Clave: Twitter, Redes Sociales, Hastag, México, Mundial, Memes

El presente trabajo es una recopilación de la participación de la selección mexicana de fútbol en el mundial de Brasil 2014, la participación activa de los usuarios de redes sociales y su actitud conforme pasaban los partidos y hasta el fin de su participación, los resultados arrojados se hicieron por medio de muestreos y recopilación de datos, aludiendo a la creatividad del mexicano con los memes de situaciones graciosas o irónicas que se daban en los partidos, los héroes y villanos que hubo así como la participación destacada de algún jugador.

Los tuits no se sometieron a filtro de censura, ya que se presenta de igual forma lo que para los mexicanos es tan natural el grito en el estadio contra el portero de equipo rival al momento de realizar un saque de meta el grito de "puto" lo que la FIFA calificó como un acto racista y homofóbico, la intervención mexicana en Brasil catalogada como una festividad de colores y sabores de diferente variedad es lo que da sabor y picor a los partidos donde la escuadra tricolor puede disputar. Se dan a conocer las tendencias dadas en los partidos de México en su fase de grupos y en su camino hasta cuartos de final, incluyendo el usado #NoEraPenal que se convirtió de tristeza a sarcasmo en los mexicanos.

Introducción

El propósito de esta investigación es conocer el alcance y cuánto se involucra el aficionado con relación a la selección mexicana de fútbol en su participación en el mundial de Brasil 2014, tomando como referencia principal los juegos y hasta donde se llegará, después analizar la postura del aficionado y del usuario de redes sociales y ver su actitud es positiva o negativa conforme a la actuación de la escuadra nacional.

Tomando como referencia los objetivos principales se hablará de el impacto positivo que tendrá la selección en redes sociales, un tema ahora muy convencional por el uso cotidiano de las mismas, sin embargo es catalogar la apreciación del espectador y del aficionado. Se buscará analizar la opinión generada en los fanáticos en torno al desempeño, como siempre hay opiniones divididas, pero cuál será de manera objetiva la que mas predomina, se investigará las expectativas que se tuvo en el camino de la selección nacional, de la promesa del director técnico que tal vez este mundial puede ser el que haga historia para México, la ilusión que se generó en torno al mismo.

Conocer que tanto se involucra el fanático para dar su opinión, con la "cercanía virtual" que se tiene de poder dirigirse de manera personal a alguien por medio de las redes sociales, si es para dar ánimo o para insultar, además se investigará en los partidos importantes el comportamiento del aficionado, así como el uso de HT en Twitter para catalogar su postura, al final de cada partido el analizar si se tuvo una imagen positiva o negativa de la selección, quién fue el héroe y si existe, el villano, tomando siempre la opinión de las personas que comparten su opinión de manera general.

La relevancia de la investigación lleva al tema de el impacto del deporte rey por excelencia a lo largo y ancho del mundo a detenerse en pos de un balón y 11 jugadores representantes de toda una nación, actualmente con las redes sociales, el hábito (o manía en algunos casos) de hacer pública la opinión y de expresar lo mismo que otras personas y ver que se comparte mismos puntos de vista, ha generado un gran impacto en la sociedad actual, tanto que se ha llegado a una verbena popular conforme al "quiero ver los memes del partido", ahora bien; los memes es un punto estratégico en la investigación, muchos conocen este término como una imagen burlona de una situación conocida o con un personaje reconocido ridiculizando una acción que cometió o dijo.

Este tema, que no ha sido investigado a profundidad tiene para rendir muchos frutos a largo plazo, ya que el simple hecho histórico del mundial de Brasil 2014 toca en pleno auge de la era digital, no se puede descartar la creatividad y el involucramiento del espectador fuera del estadio o de las grandes cadenas de entretenimiento que lo hacen de manera selectiva, la oportunidad que brinda espacios abiertos de redes sociales como Twitter o Facebook, abre un panorama a la libertad de expresar lo que se desea sin represión alguna, y el claro ejemplo es que puede haber alabanzas plenas como decirle de que se va a morir alguna persona, ahora bien, los memes y la creatividad del mexicano van muy ligados al buscar lo chusco de alguna situación, se buscará analizar y catalogar para la historia lo que sucedió en esta fecha y que seguramente quedará marcada para muchos de los que tuvimos la suerte de vivir y experimentar en carne propia lo que sucedió en el presente del momento.

Materiales, métodos y técnicas (Metodología)

La investigación se llevó a cabo conforme al conteo de tuits del 3 de junio al 3 de julio de 2014 el periodo que componen fue la participación de México en el mundial de Brasil del mismo año, se analizó por palabras clave, viendo la influencia que tenía el aficionado en torno a los juegos, primero en la fase de grupos, contra Camerún, Brasil, Croacia, culminando con el enfrentamiento de la escuadra nacional contra su similar de Holanda, dato que le costó la eliminación del certamen mundialista, complementando esto, se tomó en cuenta la circulación en la red de los llamados memes representativos y haciendo alusiones a hechos que sucedieron en cada partido, pudo ser una actuación buena o puede ser el parodiar un desacato al juego.

Se toma un carácter cuantitativo, al hacer muestreos de mas de 3,000 tuits de los cuales se pudo resaltar los llamados TT o Trending Topic (Tema de interés) que nos daba un mayor filtro de lo que la investigación se llevó a cabo, conforme a los parámetros establecidos de identificar las tendencias mas dadas y repetidas por los usuarios en referente al evento mundialista, toda la información está respaldada en los medios digitales, páginas de acceso libre en la creación de memes, redes sociales que incluso han sido utilizados para divulgación en medios masivos como la televisión.

El propósito de esta investigación es el resaltar y tener el recuerdo de la era digital en el auge conforme como se vive el fútbol desde "el teclado" dar los puntos de opinión, incluso el meterse "personalmente" con una figura pública.

El reconocimiento de la teoría de los dos pasos, personas influyentes en el ámbito deportivo, leyendas en televisión o prensa compartiendo su opinión y siendo aceptadas o discernidas por una cantidad inmensa de personas que los siguen, el cabeza o personaje importante desprende la opinión compartida con los usuarios que después se encargarán de acompañar su postura.

Resultados

México vs Camerún

En el partido de México vs Camerún, de un filtro lanzado de 3 mil tuits se analizaron un promedio de 300, se encontró que la tendencia era la victoria de México, el buen inicio de la selección en el mundial, la burla hacia los árbitros y su mal trabajo, siendo comparados con el partido inaugural de Brasil vs Croacia, la burla con el director técnico de Camerún y claro, las celebraciones del director técnico del conjunto nacional Miguel Herrera.

Rompiendo muchas expectativas previo al mundial, el equipo mexicano da una buena impresión, a pesar de la lluvia torrencial, los goles anulados y todo en contra, México saca un triunfo, importante para la afición que lo respaldó en sus expresiones vitales en redes sociales y de más.

"Existe un sector demográfico que no sólo expresa su crítica contra la Selección, sino que dedica el tiempo suficiente para emitir un producto creativo, gráfico, que tiende a viralizarse con rapidez. En este caso en particular, el evento en Brasil se combinó con las protestas sociales en ese país. (Portas, "Los 100 tuiters que más influyen en la percepción alrededor de la Selección Mexicana" en Capital Social México)



México vs Brasil

El segundo partido, crucial para poder colocarse en buena posición en la fase de grupos, el partido considerado como más difícil para la escuadra nacional ya que se enfrentaba al anfitrión, con un antecedente de supuesta ayuda arbitral, el cuadro mexicano no veía un parámetro claro en el partido contra la "verde amarella" sin embargo pudo sobresalir con una actuación espectacular del arquero Guillermo Ochoa, que incluso en las redes sociales explotó, de un filtro de 5 mil tuits, se analizaron 300 de los cuales mas del 80% mencionaban a Guillermo Ochoa o hacían alusión a su actuación destacada, en los memes se mencionaron la buena actuación del guardameta de igual forma y además el decadente estilo futbolístico de Brasil, es aquí donde comienza a tomar fuerza el HT #QuieroCreer donde se refuerza la actitud de ganar confianza hacia el cuadro mexicano que se dice, "México listos para hacer historia" en palabras del propio director Miguel Herrera (Sánchez en estadiodeportes.mx)



[illegible]

por un rival que pasaba por el nombre y por su desempeño en su ronda de equipos, México vs Holanda el partido que más despertó polémica, primero por el gol realizado por Giovanni Dos Santos daba la esperanza, por lo menos en usuarios de Twitter que celebraban una victoria adelantada, que desgraciadamente con las artimañas de un jugador con colmillo y experimentado como Robben, en 10 minutos la alegría nacional se convirtió en tristeza y odio hacia Arjen Robben y al cuadro de la naranja mecánica, de 3000 tuits, se analizaron 300, donde las tendencias fuertes fue #NoEraPenal, #ATRIturarLaNaranja, #SiMexicoExprimeLaNaranjaMecanica, #FortalezaMexicana, #NoHayQuintoMalo, #ChiapasLateVerde, #NoHayQuintoMalo



#NoEraPenal

Con la polémica eliminación del mundial de México, surgió una forma de burla nacionalista al eludir la falta fingida que realizó Arjen Robben, el HT #NoEraPenal se hizo popular por más de 2 días en Twitter, de un filtro de 2500 tuits, se analizaron 200 donde la tendencia era la burla presentada con el

Twitter, se convirtió en una de las redes sociales más utilizadas en la era pre-pandemia con el Hashtag #NoEraPenal imágenes y frases de auto motivación y forma de superación del trago amargo que causó la baja del que para muchos se consideró una de las mejores participaciones de México en una contienda mundial.



8

PUTO

La polémica llegó con mas fuerza en el partido contra la escuadra de Brasil (el segundo en la fase de grupos) donde los aficionados mexicanos a una sola voz esperando que el arquero realice su saque de meta gritar a un solo son "ehhhh puto" frase que no le pareció nada graciosa a la FIFA y a los jugadores de habla hispana o que entienden esta lengua, el organismo dictaminó e incluso se llegó a suspender la salida del estadio de México por orden de los oficiales de seguridad, el fútbol

especular de la salida del mundial de México por culpa de su afición y de su grito peculiar, al final nada de esto fue cierto, y a la memoria queda la recaudación de datos, de un filtro de 1000 tuits, se analizaron 250 donde se presentaba con mayor frecuencia el HT #PUTO y colocando a los memes con situación para poner humor a este momento, lo menciona Nikolas Christakis en su libro "Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan", la masa se deja llevar cuando se siente retada o en este caso, el aumentar como ofensa algo que a los mexicanos parece como cotidiano, provocó la revuelta que llevó en el partido contra Croacia que los miles de aficionados presentes en el estadio dijeran con mayor energía y fuerza el tan conocido "grito de guerra" tan elocuente en la tribuna mexicana.



La tendencia arroja una mayor participación de los usuarios de las redes sociales, conjuntando esto una mayor ayuda para la investigación y el almacenamiento de información y filtración de la misma, el uso de las tendencias y los HT en la red de Twitter permite al usuario si solo se quiere dedicar a un tema en específico, el lograr enterarse solo de lo que quiere.

Mexico Trends - Change

#CuidaEsaBoquita

Promoted by Crest Oral-B México

#ATRiturarLaNaranja

#SiMexicoExprimeLaNaranjaMecanica

#FortalezaMexicana

#FelizCumpleañosDiegoYPablo

#NoHayQuintoMalo

Diego Reyes

Van Persie

Robben

TV Azteca

Tendencia México vs Holanda antes del partido

Tendencias: México · Cambiar

#DondeQuierasEstar Promocionado

#RezandoPorElTri

#MexicoEsChingonPorque

Humberto Clavijo

#TeRoboComoAMexico

#RoboAMexico

#todoesculpadelarbitro

Era Gol

Giovanni Dos Santos

Chiquimarco

Tendencia México vs Holanda después del partido



Seguimiento tuits en los partidos de México vs Brasil, Holanda y Croacia (Portas, Redes Sociales, opinión pública y Selección Mexicana de Fútbol en Scribd)



Teoría de los dos pasos aplicada en el contexto de los líderes de opinión siendo los más retuiteados y citados durante los encuentros



| RETWEETS | RETWEETS |
|----------|----------|
| 1.4k | 1.4k |
| 203 | 203 |
| 98 | 98 |
| 84 | 84 |
| 84 | 84 |
| 83 | 83 |
| 68 | 68 |



Discusión

Los resultados obtenidos dan a conocer el seguimiento e involucramiento de los aficionados en las redes sociales, apoyando en gran mayoría (o si no es que en su parcial plenitud) al equipo nacional, cosa que al inicio de la investigación parecía algo improbable por los antecedentes presentados en el aspecto anímico del equipo, que no solo se lleva en el acto del jugador, sino en la actitud del director técnico que sobra decir fue partícipe y figura en cada encuentro que tuvo. Como dice Nick Homby en

técnico que sobra decir que participe y figura en cada encuentro que tuvo. Como dice Nick Hornby en su libro "Fiebre en las gradas" la efusión que provoca un partido de fútbol va mas allá, llevándolo al punto alto de esta investigación, la evolución de las tecnologías que han permitido el compartir las opiniones no solo con personas cercanas, sino con gente que antes se veía como inalcanzables como son las figuras públicas se da una aproximación con las personas o usuarios, sin embargo nos encontramos con gente u organismos que abusan de esta herramienta para querer posicionar su marca o hacer TT con la euforia, como lo dice Carlos Trino en su libro "Pichas, cachas o dejás postear: antimanual del uso de las redes sociales" que gente usa en exceso los filtros para querer aparecer en todos lados, con el simple propósito de ganar fama, sin darse cuenta que esto solo causa el repudio de los usuarios. El equipo mexicano dio un cambio radical a su posicionamiento en las manos de los aficionados, que hicieron la cadena de promoción boca a boca, o en este caso, texto a texto, al ver el buen desempeño del equipo, mucha mas gente se comenzó a unir en la campaña de compartir sus ideas y aspiraciones en torno al equipo nacional.

Agradecimientos

A mi profesor Eduardo Portas por el seguimiento de este trabajo y su realización
A mis papás por su apoyo siempre.

Bibliografía Citada

Christakis, Nikolas (2010) **Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan**, Taurus, México, 354 págs.

Velásquez, Carlos Trino (2012) **¿Pichas, cachas o dejas postear?: Antimanual de uso de las redes sociales**, Sexto Piso, México, 178 págs.

Keppen, David (2012) **Me gusta: conseguir el éxito en las redes sociales**, Anaya Multimedia, España, 272 págs.

Lozano Rendón, Jose Carlos (2007) **Teoría de investigación de comunicación de masas**, Pearson, México, 248 págs.

México, 248 págs.

Humanes, María Luisa (2004) **Teoría e investigación en comunicación social**, Síntesis, España, 462 págs.