Futbolista Africano a Chile

Una historia que pasó de los cuentos de hadas al fútbol. Cual Cenicienta, de un día para otro el mundo cambió para Josimar José Évora Dias. El humilde portero nacido hace 40 años en Cabo Verde ya cerraba su carrera en la segunda división de Portugal, complementando con otros oficios para llegar a fin de mes, cuando de pronto lo tocó la varita mágica: la selección de su país se transformó en una de las sorpresas del último Mundial de Fútbol, le tapó todo a Messi y compañía, y hoy el planeta entero conoce al nuevo rockstar por su apodo de toda la vida: Vozinha.

Llegó la fama, las entrevistas, las invitaciones, los contratos publicitarios y hasta su llegada al universo Marvel, protagonizando un comercial para la nueva película de Spiderman. De pronto todos querían saber algo más de Vozinha y su increíble historia. Y en una de esas comenzó a circular el rumor de que el Colo-Colo de Chile ya había iniciado las gestiones para contar con sus tapadas. “Temporada de humo”, dijeron los incrédulos, mientras la bolita de nieve crecía y crecía en las redes sociales. La consultora Simbiu, especialista en inteligencia de medios, detectó el fenómeno y realizó un análisis sobre el impacto del rumor en la conversación digital, observando una explosión de 252 mil interacciones en redes sociales entre el 16 y 17 de julio, cuando se comenzó a hablar del “bombazo” que sería la operación. La presencia del tema en la conversación digital fue en aumento según crecían las certezas, llegando a acumularse hasta el día de su presentación oficial más de 10 mil publicaciones originales y un nivel de engagement que superó los 4 millones de interacciones.

“Más allá de la valoración que se haga a nivel deportivo, es indudable que la jugada que hizo el club Colo-Colo está teniendo un nivel publicitario enorme”, señala Leonardo Hernández, gerente de comunicaciones de Simbiu. “Este

nivel de interacciones digitales en Chile lo hemos visto asociado a fenómenos de gran impacto, como elecciones presidenciales o incluso eventos internacionales como la misma inauguración del Mundial de Fútbol. Su incorporación dio visibilidad inmediata y viral a la marca del club tanto en el país como en el mundo, por el momento mediático que está teniendo Vozinha, y que probablemente continuará por la atención que generará su desempeño en los próximos meses".

Barra digital aprueba la llegada de Vozinha

Desde Simbiu indican que la conversación digital en general tuvo un tono favorable hacia las noticias relacionadas con la llegada de Vozinha a Colo-Colo, concentrando un 27.2% en el periodo completo, porcentaje que aumenta incluso hasta superar el 40% durante los días en que se registraron los peaks de actividad. Por su parte, las publicaciones calificadas como negativas corresponden al 12%, y en general se refieren a las dificultades y contratiempos que vivió el jugador antes de confirmarse su llegada a Chile. El 61% de las publicaciones tuvo un tono más informativo, sin carga de sentimiento evidente.

Según registró Simbiu, la conversación en medios digitales y redes sociales registró peaks el día en que se confirmó el acuerdo entre el club y el portero, con un aumento de un 341% en las publicaciones entre el 25 y el 26 de julio (821 mil interacciones), y luego otro salto de 344% en la actividad entre el 03 y 04 de agosto, cuando finalmente Vozinha aterrizó en Chile para ser presentado como nuevo guardametas de los "caciques".

Durante todo el período, la actividad se ha concentrado en la red social "X" (ex Twitter), con un acumulado de 56.7% (más de 5.200 publicaciones originales), un 9,1% en Facebook y un 5% en Instagram, además de un 22.6% en medios digitales. En cuanto a género, la gran mayoría de las interacciones son protagonizadas por hombres (81.4%), frente a

sólo un 18.6% representando al público femenino. La conversación se concentra además en el tramo etario de entre 25 a 34 años (51.3%)

Una historia increíble que comienza un nuevo y sorprendente capítulo en Sudamérica, con un protagonista que sin ninguna duda seguirá “rompiendo redes” mientras vuela bajo los tres palos del ahora viral Colo-Colo de Chile.

_

FUENTE: Colaboración PorterNovelli.

.