FUERA DE JUEGO

El Barça rebasa los 200 millones de seguidores en las redes sociales y reafirma su liderazgo digital

Albert Malla
22 sep 2015 - 10:59

Liderazgo también en Internet. Este año, no sólo ha sido una gran campaña deportiva para el FC Barcelona, sino que los grandes éxitos cosechados en el terreno de juego se han visto reflejados en las redes sociales. El club ha roto la barrera de los 200 millones de seguidores en las redes sociales y se reivindica como líder en el ámbito digital.

"Por encima del resto de los clubes europeos y de las franquicias norteamericanas de cualquier deporte, el Barça continúa siendo la referencia global en las redes sociales", asegura el club. Este año, los blaugranas lograron repetir el triplete de 2009 (Copa del Rey, La Liga y la Champions League), además de la Supercopa de Europa, y con aún por disputarse el Mundial de clubes de Japón, en diciembre.

Gracias a plataformas digitales, como Facebook, Twitter o YouTube, hacen que la relación entre club y aficionado sea más cercana. El principal auge digital del último año ha sido el de Instagram, donde el conjunto azulgrana ya acumula más de 19 millones de seguidores y lejos quedan esos 2 millones de seguidores que se tenían en junio de 2014.

Además, también se ha convertido en un nuevo activo publicitario para comercializar entre los patrocinadores. Por ejemplo, Gatorade ha ampliado su relación con el Barça y desde hace unas semanas patrocina todos los vídeos que el Barça difunde a través de la cuenta de Twitter en castellano, con el objetivo de reforzarse en América Latina.

[embed]<https://youtu.be/Eco8PTNsFP8>[/embed]

"El Barça, con más de 40 perfiles en más de una decena de canales (Facebook, Twitter, Instagram, Line, YouTube, Dailymotion, Vine, Sina Weibo, Tencent Weibo,

WeChat), se consolida como el referente deportivo mundial", afirma el club. El conjunto culé es el más seguido dada su internacionalización. Las plataformas digitales están disponibles en nueve idiomas: catalán, castellano, inglés, francés, árabe, portugués, indonesio, chino y japonés.

En la actualidad, Facebook es la red social con más seguidores (114 millones en los 10 perfiles del Barça), mientras que Twitter, con sus actuales 16 cuentas, se ha convertido en una herramienta para seguir toda la información del club y de las diferentes secciones al segundo para 32,51 millones de seguidores.

Merece especial atención el uso de las plataformas chinas. En la red social Tencent, el Barça tiene un total de 3,96 millones de seguidores. El Real Madrid también escogió esta plataforma para estar presente en las redes sociales del país, donde tiene 2,73 millones de aficionados. El Bayern de Munich acumula 3,17 millones de seguidores en este mismo canal, por los 5,23 millones del Manchester United.

En paralelo, las redes sociales de los clubes de La Liga, un total de 300 millones de seguidores, superan por un 7% a los de la Premier League, según la agencia apple tree communications. "Pocos deportes generan tanto debate y pasión como el fútbol, algo que se ha trasladado al mundo *online* gracias al impacto de las redes sociales", comenta la socio fundadora y directora ejecutiva de la agencia, Carme Miró.