

## El fútbol femenino se juega en Facebook: beIN emitirá en la red social el Atleti-Bilbao

Palco23

24 may 2016 - 16:34

Los deportes con menos atractivo mediático empiezan a encontrar ventanas alternativas a través de la que conectar con los aficionados. Una semana después de que la ACB probara el sistema de retransmisiones en directo de Facebook, La Liga ha anunciado que junto a beIN Sports ofrecerán el primer partido de fútbol de todo el mundo que se ofrecerá en *streaming* a través de la red social. Se trata del Atlético de Madrid Femenino-Athletic Club, uno de los encuentros más atractivos de la liga femenina.

La retransmisión se realizará a través de la página de La Liga en la plataforma, donde actualmente cuenta con 9,87 millones de seguidores. De esta manera, el canal impulsado por el grupo catari y Mediapro amplía aún más su apuesta por esta competición, de la que es operador audiovisual oficial y de la que ofrece cada fin de semana un partido en las plataformas de pago que lo ofrecen. Ahora, con esta nueva experiencia, el partido será en abierto y, según explican, "no tendrá ningún tipo de geobloqueo y podrá ser seguido desde todos los países del mundo".

El evento será el sábado, día 28, a media mañana y enfrenta a dos de los principales clubes de este país. Ahora está por ver si son capaces de superar los 3.000 aficionados que aproximadamente de media tuvo el encuentro de ACB entre Real Madrid y Laboral Kutxa, que en su caso competía con la retransmisión en TVE.

La patronal de clubes recuerda en un comunicado que "la iniciativa refuerza el interés de La Liga por las retransmisiones en directo de forma nativa en las redes sociales, como ya se demostró en la presentación del proyecto LaLiga4Sports, que fue seguida en su página de Facebook por cerca de 85.000 espectadores el pasado 21 de abril".

---

# PALCO23

---

Del éxito de esta experiencia podría depender en buena parte el futuro tirón comercial del torneo, que busca dar un salto cualitativo de la mano de La Liga. Tras la venta de sus retransmisiones y este tipo de fórmulas alternativas, el siguiente paso es el de buscar patrocinadores, y en este sentido destaca que incluso grandes multinacionales como Iberdrola han sondeado la posibilidad de ser socio principal del torneo.