

El futbol gironí també es juga a les xarxes socials

El Girona goleja el Llagostera en nombre d'usuaris a les xarxes socials perquè ha acumulat visibilitat en sis cursos a Segona A

LLAGOSTERA/GIRONA | ROBERT GÜELL

Salvant les distàncies amb Primera Divisió, la lliga de Segona A genera un considerable volum de notícies. Els partits duren més de 90 minuts i, al llarg de la setmana, es genera contingut informatiu sobre el que succeeix dins i fora de l'estadi de torn. I l'interès de l'aficionat es multiplica. Les habituals converses de bar també es viuen al món 2.0. És a dir, en xarxes socials en què els aficionats més interessats poden seguir l'última hora i opinar sobre els fets relacionats amb el seu club. A més, els usuaris poden estar al dia de la vida dels futbolistes que publiquen missatges en plataformes com Twitter. Aquesta doble realitat que va més enllà de la gespa i que arriba fins a les xarxes socials no és una excepció a l'entorn del Girona i del Llagostera, dos clubs que aprofiten les seves eines comunicatives per captar seguidors i guanyar visibilitat. S'ofereix informació de servei al soci o aficionat (preus de les entrades, campanyes específiques, imatges) però també s'informa al detall de les alineacions o del que passa a cada partit. En ocasions, també es dóna visió -amb un retweet- a un missatge realitzat per un seguidor. Unes piulades que, en general, només són destacades pel club si parlen en positiu.

Visibilitat acumulada

El Girona no ha jugat mai a Primera Divisió i no té un gran ressò mediàtic més enllà de Catalunya. Ara bé, el club blanc-i-vermell afronta ara la seva setena temporada a Segona A i, per tant, és un dels equips més veterans a la categoria, fet que li dóna prestigi i que li permet acumular un bon nombre de seguidors d'altres indrets que, des del Twitter, tenen simpatia al Girona. Tot plegat fa que el compte oficial del Girona acumuli fins a 28.600 seguidors a Twitter, una xifra gens menyspreable. Des de 2010, el departament de comunicació del club utilitza aquesta eina i el gran impuls va arribar la primavera de 2013, quan el Girona s'estava jugant l'ascens a Primera i el club va fer-se més popular.

Més enllà del Twitter, el Girona també utilitza altres xarxes socials com Facebook (24.706 seguidors), on penja imatges dels partits i missatges informatius. A vegades, es respon fins i tot a les preguntes plantejades per usuaris que tenen dubtes sobre horaris, preus o altres aspectes. A Instagram, un espai on es pengien fotografies retocades, el Girona disposa de 762 seguidors i, la temporada passada, oferia als autors de les dues millors fotos la possibilitat de capturar imatges a través del mòbil a peu de gespa.

Superioritat 2.0. a Montilivi

Fent un cop d'ull al nombre de seguidors a Twitter, Facebook i Instagram és fàcil comprovar que, en el món 2.0, el Girona guanya per golejada l'altre equip gironí que competirà a Segona A. El Llagostera, club que ha anat escalant categories en l'última dècada fins arribar a la divisió de plata, no disposa de la mateixa massa social a les graderies ni tampoc a les xarxes socials. Al Twitter acumula 8.100 seguidors. És a dir, el mateix nombre d'habitants que té el poble del Gironès. El club va crear el compte Twitter el 10 de novembre de 2011, quan s'estava disputant la primera de les tres campanyes a Segona B. A l'octubre de 2013, el compte oficial del Llagostera arribava als 4.000 seguidors, una xifra que ara s'ha doblat. La bona campanya realitzada el curs

passat va donar molta visibilitat a un Llagostera que, després de l'eliminatòria davant el Nàstic, va guanyar un miler de seguidors en només tres dies.

L'arribada a Segona A d'un poble petit com Llagostera va generar un elevat impacte mediàtic que el club vol aprofitar. Aquest estiu ha creat la versió oficial del club a Facebook (439 seguidors) i a Instagram (73). L'augment de seguidors és diari i, quan comenci la competició, el ressò augmentarà. L'entitat blaugrana també ha renovat la imatge del club (canvi d'escut, de lloc web, etc.) i ha ideat una campanya de captació de socis amb un spot publicitari. El Twitter és la principal pota comunicativa del club amb els seus aficionats i ara també es tradueixen al castellà alguns dels missatges.

Qüestió de jugadors

Si el Girona té un nombre més alt de seguidors que el Llagostera a Twitter, també té part de lògica que jugadors amb anys d'experiència a Segona A tinguin més visibilitat a les xarxes socials. Així doncs, la suma dels jugadors i del president fan que l'entorn més proper al Girona tingui 47.363 seguidors, mentre que el Llagostera n'acumula 27.541. Individualment, la majoria de jugadors donen un ús més privat a Facebook i a Instagram però, al Twitter, alguns futbolistes són més actius que altres i analitzen el partit just després de jugar o interactuen amb la resta de companys i, fins i tot, amb alguns seguidors. A Montilivi destaca en especial la popularitat de Jonas Ramalho (23.900 seguidors) gràcies al fet d'haver jugat a Primera Divisió amb l'Athletic de Bilbao. El segon jugador més popular del Girona a les xarxes és Isaac Becerra (3.884), seguit de Juanlu (2.887) i Felipe Sanchón (1.977). El president Francesc Rebled té 585 seguidors, amb un perfil més institucional, mentre que futbolistes com Jandro, Gerard Bordas i Juncà o el tècnic Pablo Machín i el director esportiu Quique Cárcel no tenen un compte públic. Això no vol dir, però, que no revisin els missatges de Twitter sense tenir un usuari amb el seu nom.

A Llagostera, els més populars a Twitter són els fitxatges realitzats, ja que acumulen més minuts a Segona A amb altres clubs. René (3.113) i Óscar Rico (2.190) són els dos blaugrana amb més seguidors mentre que Sergio León és ben actiu, tant a Twitter com a Instagram.

Font del document:

http://www.diaridegirona.cat/esports/2014/08/11/futbol-gironi-juga-xarxes-socials/682628.html?utm_source=rss