

A lo Facebook

Las redes sociales cada vez más se meten en el deporte; los hinchas, los amateurs y los profesionales ya tienen sitios a medida

POR DAVID GÓMEZ
ESPECIAL PARA EL OBSERVADOR

Las redes sociales como Facebook, Sonico y Twitter están a la orden del día. Ya son parte de la vida digital de las personas, al punto de que estas pasan más tiempo en su perfil privado que navegando por la web.

Y todo este fenómeno está cavando fuerte en esferas que trascienden lo personal. Las empresas, organizaciones y algunas disciplinas están viendo oportunidades. Y el deporte no es la excepción.

De hecho las redes sociales están teniendo un gran impacto en el mundo deportivo. Los clubes deportivos y los principales patrocinadores están en Facebook. Pero más interesante ha sido ver cómo los atletas, al igual que muchos famosos, están haciendo uso de estos canales para llegar a sus seguidores.

Uno de los primeros que se acercó a Twitter (donde se deben publicar mensajes de no más de 140 caracteres) fue el ciclista Lance Armstrong; su perfil es uno de los más visitados en ese sitio. Roger Federer, en tanto, aprovecha Facebook para publicar fotos exclusivas, como la del nacimiento de sus gemelos. Por su parte, Michael Phelps pidió perdón en Twitter por un episodio con marihuana.

REDES DEPORTIVAS. Paralelamente, estas redes sociales no han parado de crecer, por lo que es más difícil encontrar gente interesada en algo concreto. A su vez, los grandes clubes sumaron funciones sociales a sus sitios web, pero los fans siguen prefiriendo las comunidades no oficiales.

En este contexto, las redes sociales enfocadas en los deportes comienzan a popularizarse entre los internautas y los propios atletas profesionales.

Los deportes más tradicionales, como el fútbol, tienen su espacio. Lo destacado de esto, es que dos de las redes sociales que más prometen son uruguayas.

Una es Futbolea.com, para juntar a la hinchada; la otra es FaltaUno.com, para los amateurs. En tanto, MyBestPlay se despacha con el mercado de deportistas profesionales. ●

La hinchada alienta en Futbolea.com

¿Qué tienen en común un hincha de Defensor Sporting y otro de Nacional? En el caso de Jorge de la Riva y Juan Ignacio Juanena (foto) ser del palo tecnológico y tener muchas ganas de emprender. Estos treintañeros se conocían hace 15 años, y luego de haber coincidido en algunos trabajos decidieron embarcarse en su propio proyecto. Al principio la idea era otra, pero terminaron desarrollando Futbolea.com.

Se trata de una red social enfocada al fútbol, que comenzó siendo una especie de censo internacional de hinchadas, en la que están listados más de 2.500 equipos de todo el mundo. Actualmente está disponible en español e inglés, pero en los próximos días se sumarán el francés, alemán, italiano y portugués.

Actualmente cuenta con algunas funcionalidades de red social: los usuarios pueden invitar amigos, dejar mensajes a otros usuarios y subir su foto personal. La interface es muy intuitiva, y el aspecto recuerda a Facebook.



Juanena explicó a *El Observador* que progresivamente se irán agregando otras funcionalidades, entre las que se destacan: álbum de fotos, mensajera interna, perfiles de cada selección de fútbol, estadísticas de los campeonatos de cada país, fixture y posiciones.

Una particularidad de esta red es que cada usuario puede hacerse hincha de un equipo y declararse simpatizante de otras oncenas en el mundo. Actualmente hay registrados 10 mil usuarios en Futbolea,

principalmente de Uruguay. Al cierre de esta edición Peñarol lideraba con más de 5.000 hinchas, seguido por Nacional que estaba cerca de los 4.900. El fundador del sitio dijo que esperan que para mitad de año puedan llegar al millón de usuarios.

El modelo de negocios de esta red es la venta publicitaria y la creación de campañas de socios para los clubes de todas partes del mundo. En un futuro está pensado incluir una tienda online, en la que los hinchas puedan comprar mercadería de sus equipos así como descargas de imágenes y canciones por sms.

Sin embargo, Juanena, quien es fanático del fútbol, dejó claro: "No solo se trata de buscar rentabilidad, sino también de crear conciencia. Creemos que Futbolea se va a convertir en un punto de encuentro en el que podrán surgir amistades entre hinchas de Nacional y Peñarol, entre Cerro y Rampla, y así con el resto de los clubes de mayor rivalidad".

MyBestPlay para hallar el talento



MyBestPlay es una red exclusiva para deportistas, entrenadores, agentes, clubes, preparadores físicos, ojeadores y organizadores deportivos de todo el mundo que están en la búsqueda de empleo o que esperan alguna oportunidad en el mundo del deporte.

Esta plataforma fue creada en 2007 por la agencia española Multiplica a fin de poner al

alcance de los profesionales del deporte herramientas para facilitar el contacto entre pares. Actualmente cuenta con unas 6.000 visitas diarias y en ella se generan unos 10 mil contactos directos a la semana, que muchas veces terminan en negocios cerrados.

MyBestPlay es una gran vidriera de jugadores que todavía no han sido descubiertos y que, sin necesidad de viajar o gastar dine-

ro, pueden promocionarse a través de sus fichas y ponerse en contacto con agentes FIFA, por ejemplo.

FACILITADORES. Al respecto, el CEO y fundador de MyBestPlay, David Boronat (foto), sostuvo: "El deporte es global e Internet es el vehículo para conectar personas cuyas variables espacio-tiempo no coinciden. Nosotros nos he-

mos propuesto ser el punto de contacto por excelencia del deporte a nivel mundial, aunque nuestro foco inicial está en el fútbol en España y Latinoamérica".

A su vez, explicó que no compiten con el mercado de pases, sino que intentan ser un facilitador. "La red no intenta eliminar el rol de representante, ya que él es nuestro target central", señaló, aunque sostuvo que "aún hay muchas resistencias y desconfianza".

MUCHOS PROFESIONALES. Los perfiles que más abundan en MyBestPlay son los jugadores (42% son profesionales, 38% amateurs y el 20% base juvenil) y los representantes, entre los que destacan las agencias mundiales World Eleven, Donovera Sport, Sport 10 y Rogon Sport Management. También varios clubes como Boca Juniors, Levante y América de México realizan búsquedas en el sitio web.