

## La final de la Copa del Rey 2018 en Facebook y Twitter



Autores

**Oriol Figuera Godoy**  
**Adolfo Nieto Losada**

Keywords

Twitter, Facebook, fútbol, Copa del Rey

Affiliations

Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona (CEO-UAB),  
Social Media and Global Sport Observatory

Cómo citar:

Figuera, O. & Nieto, A. (2018). La final de la Copa del Rey 2018 en Facebook y Twitter. *Social Media and Global Sport Observatory*, Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

Este trabajo ha sido posible gracias al proyecto de investigación *Redes sociales y fútbol: violencia, participación de los públicos y ecología de la comunicación* financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad en la convocatoria 2016-2018. CSO2015-69289-R

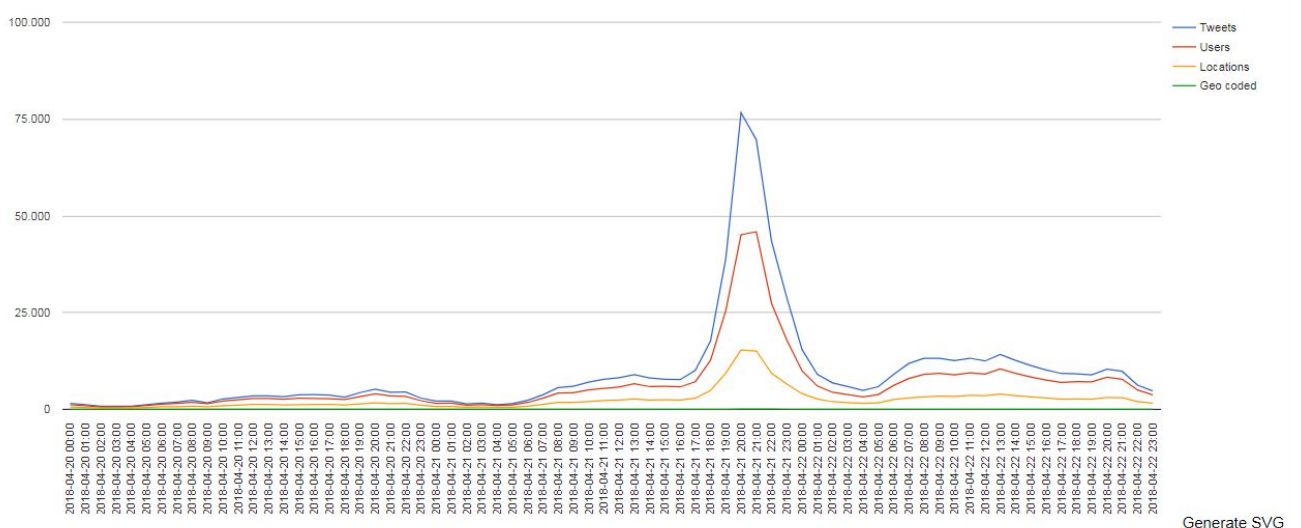
En este informe se analizan las publicaciones en Facebook y Twitter de los perfiles oficiales del FC Barcelona y el Sevilla FC, finalistas de la Copa del Rey 2018. La muestra se ha tomado del 20 al 22 de abril de 2018, esto es, el día de la final, el día previo y el día posterior al partido.

## Twitter

Para obtener los datos de Twitter se han seguido las cuentas oficiales de los equipos que disputaron la final, el FC Barcelona (@fcbarcelona\_es) y Sevilla FC (@sevillafc), así como los hashtags oficiales: #CopaBarça, #ForçaBarça, #VamosMiSevilla, #TodosJuntosAOtraFinal.

Durante los tres días se generaron 676.556 tweets, aunque el mayor período de actividad en la plataforma social fue durante la pitada al himno nacional por parte de algunos sectores de la afición (pocos minutos antes del inicio de la final) el transcurso del partido y la entrega del trofeo.

Figura 1. Actividad en Twitter por horas de la final de la Copa del Rey 2018

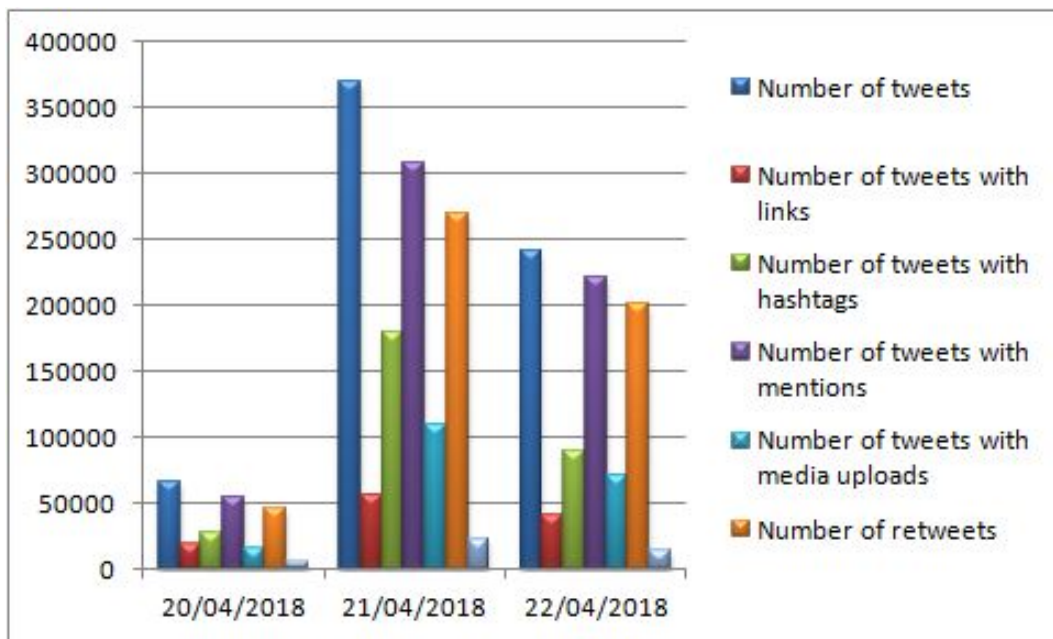


Fuente: Elaboración propia, datos extraídos con TCAT

El gráfico destaca cómo el punto está vinculado al partido, especialmente a su inicio y al primer gol del FC Barcelona en el minuto 14, anotado por el delantero uruguayo

Luis Suárez. En esta figura también se puede apreciar como la previa de la final no generó demasiado revuelo en la red, en comparación al postpartido. Esto se debe en primer lugar al abultado resultado de 0 a 5 favorable al conjunto catalán, y en segundo lugar, por ser la última final del capitán del FC Barcelona, Andrés Iniesta. Uno de los jugadores españoles más laureados a nivel internacional a lo largo de su trayectoria profesional.

Figura 2. Tweets generados durante la Copa del Rey 2018



Fuente: Elaboración propia, datos extraídos con TCAT

El gráfico muestra que los tweets más comunes son aquellos que incorporan menciones, junto con los retweets. En este caso se puede ver claramente como una mayoría de los usuarios tiende a utilizar contenido ajeno en su propio perfil. Es más común el uso de éste mecanismo de RTs que la creación de contenido propio.

Estos fueron los tweets que generaron más RTs e interacciones durante la final de la Copa del Rey de 2018:

**Andrés Iniesta**  [@andresiniesta8](#) Seguint

LA FINAL. Un título, ilusión y compromiso!  
Todos juntos! Força Barça!


Tradueix el tuit





22:01 - 20 d'abr. de 2018

4.003 retuits 35.478 agradaments 


 812  4.0m  35m 

**FC Barcelona**  [@FCBarcelona\\_es](#) Segueix


¡CAMPEONES! ¡CAMPEONES!  
 [#Copa30](#)







0:08 281m visualitzacions

CHAMPIOOOOOOOOOOONSSSS!!!  
CHAMPIOOOOOOOOOOONSSSS!!!  [#Copa30](#)

23:28 - 21 d'abr. de 2018

8.640 retuits 19.041 agradaments 

 159  8,6m  19m 

**Judit**  [@JRivero7](#) Segueix

Soy del Barça. Ayer entré al Wanda por el acceso del Sevilla.  
NO HUBO NINGÚN TIPO DE CONTROL. NO REVISABAN LAS ENTRADAS, NI REVISABAN MOCHILAS. NI TE TOCABAN.

Acabo de ver las imagenes de los accesos del Barça, requisando prendas amarillas.

NO TENGO PALABRAS. [#FinalCopa](#)

Tradueix el tuit

9:24 - 22 d'abr. de 2018

9.419 retuits 10.875 agradaments 

 513  9,4m  11m 

El tweet más popular del día previo a la final fue uno de Andrés Iniesta, dónde se puede leer un mensaje de ánimo para el equipo y la afición culé junto a una imagen del propio jugador entrenando.

El tweet más popular del día del partido fue un pequeño vídeo de 8 segundos que colgó el FC Barcelona en su perfil oficial, donde se ve al rey de España, Felipe VI,

entregando la copa de campeón al capitán del Barça, y cómo éste la levanta hacia la afición.

Los dos primeros tweets se enmarcan en el ámbito deportivo, pero el tweet que generó más RTs el día posterior al partido es político. Trata sobre las diferencias entre los controles policiales que había en la zona de los aficionados del Sevilla y

los del Barça. En los accesos de los culés la Policía Nacional requisó camisetas amarillas y otros elementos del mismo color, ya que según argumentaba desde la organización y los cuerpos policiales no se permitían en el estadio porque podía ser una incitación a la violencia debido a las crispaciones políticas entre España y Cataluña.

## Facebook

En Facebook, el Sevilla FC publicó 36 posts entre el día anterior, el día de la final y el día posterior al partido, por las 29 publicaciones del FC Barcelona. Sin embargo, el día del partido la diferencia fue aún mayor, con 23 publicaciones del Sevilla FC versus 14 del FC Barcelona. De las 30 publicaciones con más engagement, 29 fueron del FC Barcelona. La que más, es la publicación que representa la figura 1.

*Figura 3. Publicación con más engagement en Facebook de Barça o Sevilla durante la final.*



Se trata del mismo vídeo publicado por el Barça en el tweet más popular del día del partido, donde Andrés Iniesta recoge el título de campeón de Copa del Rey de manos de Felipe VI.

Las “reacciones”, introducidas por Facebook en 2017, nos permiten matizar los sentimientos de los usuarios, que ahora pueden expresar su tristeza, alegría, risa o

enfado a golpe de un sólo clic. Así, la publicación que más enfado causó fue la que muestra la figura 4.

Figura 4. Publicación con mayor número de reacciones que muestran “enfado”.



Se trata de un vídeo de dos minutos en las que el jugador del Sevilla FC, Steven Nzonzi, se disculpa por haber salido de fiesta justo después de la importante derrota de su equipo en la final. Curiosamente, la publicación que más “tristeza” provocó como reacción fue la ya comentada en la figura 3.

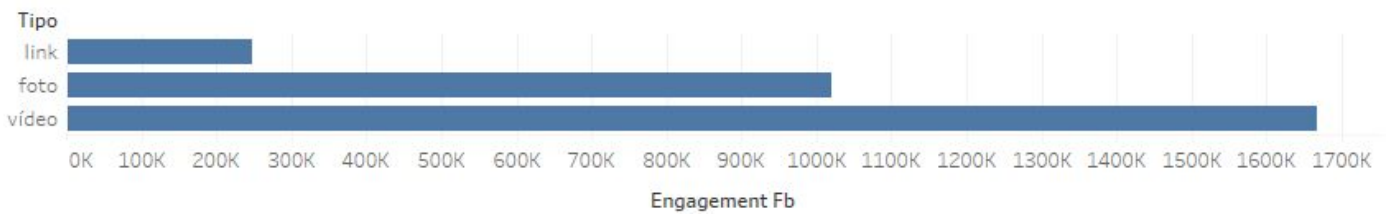
También podemos observar que, de las 65 publicaciones realizadas entre los dos clubes en los días 20, 21 y 22 de abril, sólo 4 no contenían una foto o un vídeo, es decir, llevaban aparejado simplemente un enlace. En la figura 5 podemos ver el tipo de contenido más habitual y en la figura 6, cómo la suma bruta del engagement por tipo de contenido da al vídeo como claro vencedor a pesar de tener menos publicaciones en este formato.

Figura 5. Publicaciones en Facebook por tipo de contenido.



Fuente: Elaboración propia, datos extraídos con Netvizz

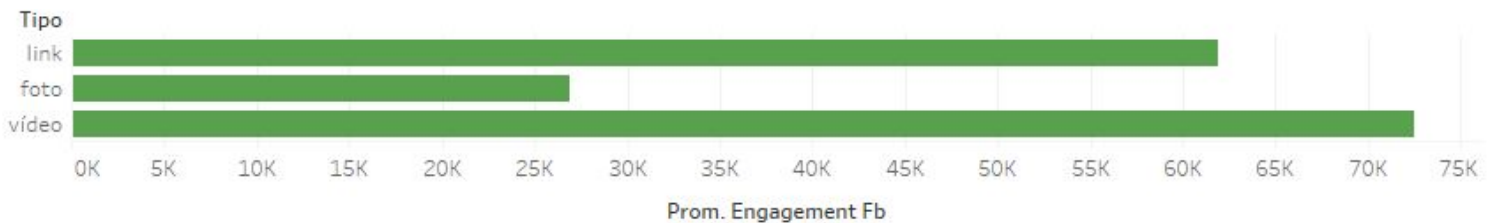
Figura 6. Engagement en Facebook por tipo de publicación (suma).



Fuente: Elaboración propia, datos extraídos con Netvizz

No obstante, no debemos desdeñar el papel del link, que a pesar de su escasa utilización, su engagement promedio es muy superior al de las fotografías y se acerca al del vídeo (figura 7).

Figura 7. Engagement promedio por tipo de contenido publicado.



Fuente: Elaboración propia, datos extraídos con Netvizz

En definitiva, hemos podido observar cómo los formatos audiovisuales (foto y vídeo) fueron mucho más usados en Facebook que el simple texto como forma de comunicar por parte de los clubes finalistas durante el día previo, el día del partido y el día posterior a la final de la Copa del Rey 2018, siendo en este caso los momentos épicos (la celebración de la victoria, la consecución del título) los que más impacto generaron entre la audiencia. En Twitter el contenido publicado por los jugadores y los equipos que disputaron la final fueron los que generaron más feedback con los seguidores, especialmente los tweets del FC Barcelona y su capitán Andrés Iniesta. Destaca que el contenido que más impacto generó en Facebook y Twitter el día del partido sea el mismo, un breve vídeo de Iniesta levantando el trofeo de campeón. También es destacable que en Twitter, el día posterior al partido, el tweet que generó más revuelo fue uno con contenido político y no deportivo, debido a los hechos ocurridos en la final y a la situación política que hay entre España y Cataluña.