

São Caetano é o time mais engajado nas redes da região

Tradição e investimento colocam Azulão no topo do ranking; profissionais dos clubes falam sobre os desafios em trabalhar as mídias

DÉREK BITTENCOURT
derekbittencourt@dgaabc.com.br

O São Caetano tem a maior torcida entre as equipes da região. Fundamentar tal afirmação não é fácil, sobretudo se for levada em consideração a presença dos fãs ao estádio. Por outro lado, foi o que apontou levantamento realizado pelo Diário considerando as contas dos clubes de futebol profissional do Grande ABC nas três principais plataformas, no qual o Azulão mostrou sua força e não deu chance aos rivais. A soma dos usuários que curtem ou seguem as páginas azulinhas chega a 177 mil. Em segundo lugar está o Água Santa, seguido, respectivamente, por São Bernardo FC, Santo André, EC São Bernardo, Mauá FC, Grêmio Mauauense e CAD Ribeirão Pires.

“O resultado não surpreende, pois houve uma quantidade grande de investimento na estrutura de solidificar as redes sociais. Entendemos a importância que elas exercem hoje na sociedade e por conta disso o clube tem intensificado as divulgações. Ainda há muito para evoluir e não existe uma fórmula mágica, mas, sim, produção de conteúdo. As pessoas que consomem as redes sociais hoje são extremamente exigentes e famintas de informação”, explicou.

O Água Santa, por sua vez, parece ter trazido a força das arquibancadas para o mundo virtual. Acostumado a ter casa cheia desde os tempos de várzea, o Netuno ostenta a segunda colocação no ranking. “A torcida do Água Santa já demonstrava potencial de engajamento no amador, tornando mais fácil a introdução do clube no mercado digital. Outro fator preponderante foi a ascensão meteórica para a elite estadual, onde atraímos muitos seguidores, simpatizantes e torcedores, se tornando uma marca bem estabelecida na região”, justificou o assessor de imprensa

REPRESENTATIVIDADE DOS CLUBES PROFISSIONAIS DE FUTEBOL DO GRANDE ABC NAS REDES SOCIAIS

(em maio de 2022)

Clube/Plataforma	Facebook	Twitter	Instagram	Total
São Caetano	51,8 mil	10,9 mil	115 mil	177 mil
Água Santa	81 mil	11,8 mil	72,6 mil	165,4 mil
São Bernardo FC	99,3 mil	8,8 mil	51,5 mil	156,6 mil
Santo André	28,7 mil	11,4 mil	26,2 mil	66,3 mil
EC São Bernardo	15 mil	110	31,3 mil	46,4 mil
Mauá FC	9,7 mil	Não consta	19,5 mil	29,2 mil
Grêmio Mauauense	13,6 mil	Inativo	4,8 mil	18,4 mil
CAD Ribeirão Pires	4,2 mil	207	1,8 mil	6,2 mil

Apelidos/Títulos de 2011

ENDEREÇOS DAS EQUIPES DA REGIÃO NAS REDES SOCIAIS

Clube/Plataforma	Facebook	Twitter	Instagram
São Caetano	/SaoCaetanoFutebolOficial	@SaoCaetanoFut	@adscoficial
Água Santa	/ecagusanta	@ecagusanta	@ecagusanta
São Bernardo FC	/saobernardofutebolclube	@saobernardofc	@saobernardo_fc
Santo André	/ecsantoandreoficial	@ecsantoandre	@ecsantoandre
EC São Bernardo	/ecsaobernardooficial	@ecsaobernardo_	@ecsaobernardo
Mauá FC	/oficialmauafc	Não consta	@mauafcocial
Grêmio Mauauense	/GEMauauense	Inativo	@gremiomauauense_oficial
CAD Ribeirão Pires	/CADRibeiraoPires	@CADRiPires	@cadribeiraopires

Michael Sanches.

Assessor de imprensa do São Bernardo FC, Gabriel Goto garante que o crescimento do Tigre nas redes é “orgânico”, ou seja, sem a compra de seguidores, e o aumento no número de seguidores é reflexo das conquistas do time. “O São Bernardo FC é um dos mais jovens, com apenas 17 anos de fundação. Então é normal que em algumas redes sociais ainda não tenhamos o público desejado. Mas os números atuais são somente em função da nossa criação de conteúdo e desempenho da equipe nas competições”, afirmou o profissional, que enalteceu o papel das redes durante a pandemia da Covid-19. “Por muitas vezes foi a única forma

de comunicação do clube.” João Romoli, responsável pela comunicação do EC São Bernardo, enxerga as redes sociais como o cartão de visitas de uma agremiação. “É a primeira impressão que a pessoa vai ter do clube. Por isso, sempre tentamos realizar um trabalho de divisões acima da que estamos. Tanto para atingir um nível alto quanto para estar preparados caso o time conquiste o acesso e consiga atingir esse patamar dentro de campo”, justificou. Segundo ele, as redes fizeram com que os fãs fizessem parte do dia a dia dos times. “Todo torcedor sabe o que se passa dentro do clube por conta da divulgação.”

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Esportes **Página:** 6