



La comunicación digital en el Cádiz Club de Fútbol, modelo de estrategia de diversificación de redes sociales

Resumen

El objetivo de esta investigación se centra en conocer la comunicación digital de un club de fútbol de Primera División de la Liga de Fútbol Profesional de España, como es el Cádiz Club de Fútbol. A través de una metodología cualitativa, nos acercamos al estudio de la comunicación organizacional del club gaditano, con un par de entrevistas en profundidad, al director de comunicación del Cádiz Club de Fútbol, José Grima Peña. El objetivo principal de este estudio radica en determinar la estrategia comunicacional en el ámbito digital de un club de fútbol en España como ejemplo de diversificación geográfica. Los resultados generales llevan a conocer el funcionamiento del departamento de comunicación a través de las estrategias digitales del mismo; mientras que los resultados específicos se encuentran condicionados por la velocidad de los cambios que se producen en la competición deportiva.

Palabras clave

Comunicación digital; Cádiz Club de Fútbol; redes sociales; comunicación estratégica organizacional; estrategia digital

Gema Lobillo Mora

Universidad de Málaga (España)