El acuerdo sin precedentes entre la FIFA y Tiktok para producir contenido en el Mundial de fútbol femenino

Se trata de la primera colaboración oficial entre la FIFA y la transnacional de origen Chino, TikTok, y la primera vez que la FIFA trabaja con una plataforma de entretenimiento a fin de producir y personalizar contenido para la Copa Mundial Femenina de la FIFA. Un hecho sin precedentes que puede cambiar la manera en que miles de fanáticos siguen el fútbol a nivel mundial.

El espacio de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, promete a los seguidores disfrutar de toda la emoción del Mundial, ofreciendo apasionante contenido de la FIFA, las emisoras oficiales, las selecciones participantes y las jugadoras, en pocas palabras una experiencia completa.

Este acuerdo sin duda, busca aprovechar la popularidad de la FIFA en TikTok, donde hasta la fecha 38 200 millones de cuentas han visto las etiquetas #FIFAWorldCup, #FIFAWomensWorldCup y #FIFAWWC

Los aficionados al fútbol ya tienen otro motivo más para entrar en TikTok: La FIFA y una de las plataformas de entretenimiento más destacadas y de mayor crecimiento han unido sus fuerzas para ofrecer contenido personalizado desde Australia y Aotearoa Nueva Zelanda, con motivo del inicio del Mundial femenino el 20 de julio.

A lo largo del torneo, TikTok y la FIFA ofrecerán a los seguidores toda la emoción del torneo en la plataforma y momentos inéditos. La llegada de los equipos, previas en directo para promocionar los partidos y los sitios donde

verlos, resúmenes de encuentros, reacciones de jugadoras y entrenadores, y mucho más.

En TikTok, la afición también podrá acceder al espacio de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™, donde estará disponible el contenido más reciente de la FIFA, las emisoras oficiales, las selecciones y las jugadoras, así como un enlace al calendario de partidos y los resultados en FIFA.com .

La FIFA y TikTok también están trabajando para que diferentes creadores de contenido de todo el planeta, para que vayan a Australia y Aotearoa Nueva Zelanda durante el mes que dure el torneo. Al ofrecerles acceso al acontecimiento, las dos entidades brindarán a la red global del deporte en la plataforma la oportunidad de disfrutar de imágenes inéditas de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™, a través de la mirada de sus creadores favoritos.

Esta colaboración servirá para que aún más aficionados se unan a los 1,1 millones de seguidores que ya comparten su pasión por el fútbol femenino en @FIFAWomensWorldCup , donde 38 200 millones de cuentas ya han visto las etiquetas #FIFAWorldCup, #FIFAWomensWorldCup y #FIFAWWC.

«Estamos encantados de que TikTok haya elegido a la FIFA para ofrecer contenido de vídeo exclusivo, creativo y ameno, a lo largo de la que será una edición única de la Copa Mundial Femenina de la FIFA —ha declarado Fatma Samoura, secretaria general de la FIFA—. Utilizaremos los mejores formatos y el tono más adecuado para promocionar el fútbol femenino y llegar a una audiencia joven y diversa, y dispuesta a consumir contenido de fútbol y a interactuar con él. Este acuerdo novedoso nos reafirma como una marca apreciada entre las generaciones más jóvenes y demuestra nuestro compromiso permanente por proponer nuevas formas de interacción».

«TikTok ofrece a aficionados de todo el mundo acceso exclusivo a sus selecciones y jugadoras favoritas, por lo que no ha

tardado en convertirse en el espacio de referencia sobre contenido de deporte femenino –ha añadido Harish Sarma, responsable mundial de deportes de TikTok–. Con motivo de la celebración de uno de los mayores acontecimientos deportivos femeninos del año, nos hace mucha ilusión trabajar con la FIFA para ofrecer contenido específico de la Copa Mundial Femenina a nuestra red global del deporte y permitir que disfrute de primera mano de toda la emoción. La colaboración con la FIFA se basa en nuestro compromiso de aumentar la visibilidad del deporte femenino, a la vez que proporcionamos a las mujeres la presencia y el reconocimiento que se merecen».