

Treball de fi de grau

Títol

L'ús d'Instagram per part dels futbolistes

Autor/a

Víctor Llucià Barbero

Tutor/a

Josep Maria Puig Lobato

Grau

Periodisme

Data

Juny 2018

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau: L'ús d'Instagram per part dels futbolistes

Autor/a: Víctor Lluçà Barbero

Tutor/a: Josep Maria Puig Lobato

Any: 2017/18

Titulació: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Instagram, futbol, xarxes socials, Internet

Castellà: Instagram, fútbol, redes sociales, Internet

Anglès: Instagram, football, social networks, Internet

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: Instagram és la xarxa social que més creix al món actualment i, a més, és la preferida entre la joventut. Els futbolistes professionals no han restat aliens a aquesta situació i la gran majoria té un compte a aquesta aplicació, que ofereix infinites possibilitats i pot ser emprada amb moltes finalitats diferents. El present estudi té l'objectiu d'esbrinar quina és la manera en què els futbolistes utilitzen aquesta xarxa social.

Castellà: Instagram es la red social que más crece en el mundo actualmente y, además, es la preferida entre la juventud. Los futbolistas profesionales no se han quedado al margen de esta situación y la gran mayoría tiene una cuenta en esta aplicación, que ofrece infinitas posibilidades y puede ser utilizada con muchas finalidades distintas. El presente estudio tiene el objetivo de averiguar de qué manera los futbolistas utilizan esta red social.

Anglès: Instagram is the social network that grows most nowadays. In addition, it's de favorite among young people. Footballers have not been left out of this situation and the vast majority of them have an account in this application, which offers endless possibilities and can be used for many different purposes. The main objective of this study is to find how footballers use this social network.

Introducció.....	3
✓ Hipòtesi.....	4
✓ Objectius.....	4
✓ Estructura del treball.....	4
Metodologia.....	5
✓ Tipus d'investigació.....	5
✓ Període d'anàlisi seleccionat.....	6
✓ Selecció dels perfils analitzats.....	7
Marc teòric.....	9
✓ El naixement de les xarxes socials.....	9
✓ Instagram, una història d'èxit.....	11
✓ Instagram, després de la compra per part de Facebook.....	13
✓ La facilitat d'ús, la clau del triomf.....	15
✓ Instagram és la xarxa social que més creix.....	18
✓ Els futbolistes professionals, uns éssers divinitzats a la societat actual.....	19
✓ Instagram com a eina pels futbolistes.....	21
Investigació de camp.....	22
✓ Andreu Fontàs.....	22
✓ Bojan Krkic.....	24
✓ Gerard Moreno.....	26
✓ Jordi Mboula.....	27
✓ Iker Muniain.....	29
✓ Xavi Simons.....	31
✓ Marc Muniesa.....	33
✓ Marc Bartra.....	35

✓ Gerard Piqué.....	38
✓ Cristiano Ronaldo.....	40
Conclusions.....	43
Bibliografia.....	46
Annexos.....	50

1. INTRODUCCIÓ

Vivim en el món de les xarxes socials. Elles són les que, per sort o per desgràcia, marquen el ritme de la vida quotidiana de la gent. Qui no està present a les xarxes socials és considerat com un ésser en perill d'extinció. I és que els mitjans socials han modificat la forma de veure la vida, de treballar, de comprar, etc. Però, sobretot, les xarxes socials han alterat la manera de relacionar-se.

Actualment, i només gràcies a les xarxes socials, podem parlar amb persones que estan a milers de kilòmetres de distància. I és que mai havia estat tan fàcil comunicar-se amb qualsevol punt del planeta. En cap moment de la història havia resultat tan senzill estar en contacte directe amb algú com avui en dia. I ho podem fer només prement un botó. I no només a través de missatgeria, sinó també a través de la imatge. De la mateixa manera, també hem ampliat el nostre cercle de contactes.

Relacionat amb aquest auge d'Internet i els mitjans socials, avui en dia, la imparable popularització dels telèfons mòbils intel·ligents i altres dispositius com les tauletes ha contribuït a augmentar la creació de nous mitjans socials de múltiples categories i usos que trastocquen constantment la manera de relació dels éssers humans. Els ciutadans troben en aquests aparells una eina que els permet comunicar-se i estar permanentment connectats, a més de poder informar-se a l'instant de les últimes notícies, entre altres serveis.

I els futbolistes, que molts cops semblen aliens a la realitat que els envolta, no ho han estat en aquest cas. Si totes les activitats que realitzen diàriament tenen una difusió extraordinària a través dels mitjans de comunicació, a les xarxes socials són ells els qui decideixen quins continguts creuen oportuns compartir amb els seus milers, i fins i tot en alguns casos milions, de seguidors.

En aquest sentit, Instagram és l'eina preferida pels futbolistes. Instagram és una aplicació per a dispositius mòbils que es basa en la publicació de

fotografies. Tot aquell que es creï un compte en aquesta xarxa social pot seguir i ser seguit i, d'aquesta manera, augmentar el seu cercle comunicatiu.

1.1 Hipòtesi

Aquest treball parteix d'una hipòtesi, que posteriorment a les conclusions veurem si es confirma o es desmenteix. La hipòtesi principal és que els futbolistes més famosos i, per tant, amb més seguidors a les xarxes socials, en aquest cas a Instagram concretament, la utilitzen per fer créixer la seva imatge corporativa. És a dir, que pretenen fer èmfasi en la seva marca personal, promocionant les seves marques esportives, els seus projectes personals o fent de model per alguna reconeguda marca de roba.

En canvi, els futbolistes amb menys seguidors a l'aplicació, que guanyen un molt bon sou com a futbolistes professionals però estan diversos graons per sota de les superestrelles, tracten d'apropar-se més als seus seguidors en les seves publicacions.

1.2 Objectius

Aquest treball té com a objectiu principal esbrinar com i de quina manera els futbolistes utilitzen una de les xarxes socials més noves però, com veurem posteriorment, amb el creixement més gran de totes: Instagram.

A més, també és un objectiu d'aquest treball conèixer si els futbolistes analitzats, a través de les seves publicacions, ja sigui en forma de fotografies o *stories*, mostren com és la seva vida privada o, pel contrari, se centren en la seva vida professional. En aquest sentit aquest treball també tractarà d'esbrinar quina importància juga el club de cada jugador en el seu perfil d'Instagram.

1.3 Estructura del treball

El present treball està dividit en diverses parts ben diferenciades. En primer lloc, s'explica què és el treball, de quina hipòtesi parteix i quins són els objectius que tracta d'assolir. A més, també es descriu quina serà la metodologia que s'emprarà, tot indicant el tipus d'investigació, per quin motiu s'ha triat el període de temps escollit i quins han estat els criteris per triar els deu perfils d'Instagram dels futbolistes.

A continuació, s'exposa un marc teòric que serveix per contextualitzar tot el treball que ve a continuació. A través de cites d'autors reconeguts en la matèria i xifres d'informes rellevants, ens adonem de la dimensió de les xarxes socials, i d'Instagram en particular, del seu impacte en la vida quotidiana actual, així com de totes les seves potencials capacitats.

Tot seguit, es mostren els resultats de l'anàlisi dels deu perfils d'Instagram dels futbolistes en qüestió realitzat durant un període de temps concret, presentant les possibles similituds i diferències existents entre tots ells. Un cop comparats, podem emmarcar els futbolistes en diferents tipologies d'usuaris, segons l'ús que li donin a la plataforma.

Finalment, es manifestaran unes conclusions que reafirmaran o desmentiran la hipòtesi inicial i seran conseqüència dels resultats extrets de l'anàlisi. Per últim, els annexos tancaran el treball.

2. METODOLOGIA

2.1 Tipus d'investigació

La present investigació té com a objecte d'estudi conèixer com els futbolistes s'han integrat en el món de les xarxes socials. A partir d'això, la recerca s'ha centrat en esbrinar com i amb quin objectiu els futbolistes analitzats utilitzen l'aplicació d'Instagram.

La metodologia emprada en la part teòrica i en la part pràctica ha estat molt diferent. La part teòrica de la investigació s'ha basat en una àmplia recerca documental per tal d'obtenir una visió general del fenomen de les xarxes socials a partir del que han escrit diversos experts en la matèria.

En canvi, la metodologia utilitzada a la part pràctica s'ha basat en un anàlisi, en base a una taula de dades, de les publicacions que han realitzat deu futbolistes a Instagram durant un període de temps concret. S'ha utilitzat

aquesta mostra com a representació d'un col·lectiu molt ampli, i s'han extret resultats quantitatius i qualitius, a més de comparar-los entre ells.

La taula per analitzar les publicacions ha estat la següent:

Un exemple: futbolista analitzat (Cristiano Ronaldo)

Cristiano Ronaldo	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
IMATGE	1.					
IMATGE	2.					
IMATGE	3.					
IMATGE	4.					
IMATGE	5.					
IMATGE	6.					
IMATGE	7.					
IMATGE	8.					
IMATGE	9.					
IMATGE	10.					

2.2 Període d'anàlisi seleccionat

Per poder fer una anàlisi en profunditat de deu perfils d'Instagram, abans s'havia de triar el període en què es focalitzaria la investigació. Després de considerar diverses opcions, en sintonia amb el tutor vam acordar que analitzaria els perfils d'Instagram des del 15 de desembre de 2017 fins al 15 de gener de 2018.

Durant el període analitzat, els deu futbolistes tenien tant partits amb els seus clubs com una breu etapa de vacances de Nadal. Per això vam decidir escollir aquest període, perquè es podria comprovar amb claredat quin és el comportament que tenen aquests futbolistes quan estan en el seu ambient de treball i quan són amb els amics i la família.

Set dels deu futbolistes dels quals s'ha analitzat el perfil d'Instagram, que seran descrits a continuació, juguen en algun equip de la LaLiga. Per tant, el període seleccionat coincidia amb les jornades 16, 17, 18 i 19 de lliga, amb unes petites vacances entre la jornada 17 i la 18, i l'eliminatória, a doble partit, dels quarts de final de la Copa del Rei. Els tres futbolistes restants també tenien partits de lliga en el període triat, però les vacances de Nadal van ser més extenses.

2.3 Selecció dels perfils analitzats

També de mutu acord amb el tutor, es van seleccionar els deu futbolistes als quals se'ls analitzaria el seu ús de l'aplicació, tant les seves publicacions som les Instagram *stories*. Els futbolistes seleccionats són:

Cristiano Ronaldo. El davanter del Real Madrid és el futbolista amb més seguidors del planeta: 116 milions. És molt més que un futbolista i així ho demostra al seu perfil. El jugador portuguès disputa els seus partits en un dels clubs amb més fans a Internet del món.

Gerard Piqué. El central català del Barça, on juga des de l'estiu de 2008, i de la selecció espanyola, és un dels jugadors més populars del món. Té 16 milions de seguidors a l'aplicació i, com Ronaldo, juga a un dels equips amb més seguidors a les xarxes socials.

Marc Bartra. Per nombre de seguidors (5,9 milions), el defensa del Betis, on juga des de gener de 2018, és el tercer a la llista. Durant el període analitzat, però, encara era futbolista del Borussia Dortmund alemany.

Xavi Simons. És el més jove de la llista, ja que ni tan sols és professional encara, però és el quart en nombre de seguidors. Aquesta jove promesa de 14 anys té un milió de seguidors i és tot un fenomen a Instagram. Juga al Cadet del Barça.

Bojan Krkic. El jugador format a la Masia, que actualment juga a l'Alavés, compta amb gairebé 400.000 seguidors a l'aplicació. Als seus 27 anys, el davanter de Linyola ja ha jugat a les lligues d'Espanya, Itàlia, Holanda, Anglaterra i Alemanya.

Iker Muniain. Tot i la seva joventut (25 anys), el migcampista navarrès de l'Athletic Club ja fa nou temporades que competeix a l'elit. Té 234.000 *followers* a Instagram i, durant el període analitzat, s'estava recuperant d'una lesió al lligament creuat anterior de la cama dreta. Un any i mig abans havia patit la mateixa lesió, però a la cama esquerra.

Marc Muniesa. El central de Lloret de Mar, format a la Masia, juga actualment al Girona. Compta amb 200.000 seguidors a Instagram i, a més del Barça, també va passar per l'Stoke City de la Premier League anglesa.

Andreu Fontàs. Un altre català que juga a la lliga espanyola. El central de Banyoles, que també va passar per les categories inferiors del Barça, ho fa al Celta de Vigo i té 100.000 seguidors a l'aplicació.

Jordi Mboula. El prometedor davanter català va fer les maletes el passat estiu i va canviar Barcelona per Mònaco. La Ligue 1 ha estat la primera experiència professional per aquest potent extrem de només 19 anys, que ja té 90.000 seguidors a Instagram

Gerard Moreno. El davanter de l'Espanyol, que també ha jugat al Villarreal i al Mallorca, ha estat el millor jugador de la temporada del seu equip i acumula més de 40.000 seguidors a Instagram.

La diversitat en els perfils era un objectiu primordial. A simple vista, amb aquests deu noms podem establir diferents perfils de jugadors, que després veurem si utilitzen les xarxes socials de diferent forma. Hi ha jugadors veterans i contrastats internacionalment que tenen un pes fonamental amb la seva selecció, jugadors catalans de Primera Divisió que, en alguns casos han jugat amb la selecció absoluta, una jove promesa i un fenomen d'Instagram que encara juga al futbol base.

3. MARC TEÒRIC

Abans de res, val a dir que els anomenats *social media*, és a dir, els mitjans o xarxes socials, són un fenomen que ha tingut un auge durant el primer quart del segle XXI, però el seu embrió se situa molt abans.

Però, en primer lloc, què són els mitjans socials? Segons escriu Manuel Moreno a *El gran libro del Community Manager (2014)*, els mitjans socials són totes aquelles eines que ens permeten parlar, escoltar, dialogar i interactuar amb altres individus; aquelles que ens posen en contacte amb una comunitat formada per persones amb interessos afins als nostres o als de la companyia per a la qual treballem; i aquelles que destrueixen el tradicional esquema d'emissor i receptor i fomenten la interacció entre tots els usuaris, proposant un nou paradigma de comunicació.

3.1 El naixement de les xarxes socials

L'home és un ésser social per naturalesa. Per tant, les xarxes socials no aporten cap concepte nou. Segons escriu Juan Carlos Mejía a *La guia del Community Manager (2013)*, al llarg de la història de la humanitat, l'àmbit social ha estat un aspecte fonamental en la vida dels éssers humans. Els llaços comunicacionals que s'han establert sempre han permès una comunicació en dues direccions, és a dir, una comunicació que es retroalimenta d'una altra. Les xarxes socials que utilitzem en l'actualitat neixen amb aquesta premissa incontestable. I l'únic que canvia és l'instrument que fem servir per emprar les xarxes socials.

Segons relata Manuel Moreno a *El gran libro del Community Manager (2014)*, és impossible fixar una data exacta pel naixement dels *social media*. Alguns el situen el 1994, quan es va llençar la primera web considerada social, Geocities, creada per David Bohnett i John Rezner. Es tractava d'un servei que permetia als usuaris crear i allotjar en el seus servidors pàgines web de manera gratuïta i que, a més, comptava amb un servei de xat, *newsletter* i fòrum.

Un any més tard va néixer theglobe.com, considerat per molts un dels primers mitjans socials. Es tractava d'una comunitat d'usuaris registrats a tot el món que tenien la llibertat per personalitzar la seva experiència online, publicant el seu propi contingut i interactuant amb altres usuaris d'interessos similars, a través de la xarxa (Juan Carlos Mejía, 2013). Justament en el mateix 1995, la web ja comptava amb un milió de pàgines creades.

També el 1995, Randy Conrads va fundar Classmates.com, una plana web que permetia trobar antics companys de guarderia, col·legi, institut o universitat i ràpidament es va convertir en molt popular. Dos anys més tard, va néixer Google i una web anomenada SixDegrees.com. Es tractava d'una pàgina en què els usuaris es podien crear un perfil online i fer llistes d'amics. (Manuel Moreno, 2014).

És el 1997 quan molts experts asseguren que ja es pot començar a parlar de mitjans pròpiament socials. Aquell any es va produir el llançament del primer servei de missatgeria instantània, desenvolupat per AOL el 1997 i que es va anomenar AOL Instant Messenger (AIM). Va aglutinar milions d'usuaris i va constituir el germen de serveis tan populars posteriorment com Windows Messenger (Manuel Moreno, 2014).

Un any més tard, a Gran Bretanya, va aparèixer Friends Reunited, la primera xarxa social que va gaudir de gran popularitat fora dels Estats Units i que va ser una imitació funcional de Classmates.com. El 1999 es va crear Blogger, una plataforma que va ser adquirida per Google quatre anys més tard, amb la qual els usuaris van començar a obrir massivament les seves bitàcoles personals a Internet per explicar les seves vivències quotidianes, viatges extraordinaris, opinions personals o, fins i tot, receptes de cuina.

I entrem en el segle XXI. Segons manifesta Manuel Moreno a *El gran libro del Community Manager (2014)*, el 2002, el programador canadenc Jonathan Abrams va crear Friendster. Aleshores, va ser la primera xarxa social que tenia com a objectiu connectar Internet amb amics que els usuaris tenien a la vida real. La web va arribar a acumular tres milions d'usuaris en els primers tres mesos de funcionament i va ser la xarxa social més popular del món fins a l'abril de 2004.

En aquell moment, el *social media* que el va apartar del primer lloc va ser MySpace, creada com una còpia de Friendster l'agost del 2003 per Chris De Wolfe i Tom Anderson en només deu dies. Poc més de mig any després, Facebook va ser llençada per Mark Zuckerberg el febrer de 2004 des de la seva habitació en una residència universitària de Harvard, amb l'objectiu inicial de connectar els estudiants de les facultats exclusivament nord-americanes (Manuel Moreno, 2014).

Un any abans de Facebook i un any després, es van crear dues de les xarxes socials més importants a nivell mundial en l'actualitat. Segons explica Juan Carlos Mejía a *La guia del Community Manager (2013)*, el 2003 Reid Hoffman va desenvolupar la xarxa social per a professionals LinkedIn, que permet buscar feina a través de la xarxa i accedir a les dades laborals dels teus contactes. I el 2005, Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim van fundar YouTube, perquè els usuaris poguessin pujar els seus vídeos a la xarxa i compartir-los amb altres internautes.

Twitter va néixer un any més tard. El març de 2006, Jack Dorsey, Evan Williams i Biz Stone van fundar la primera xarxa de *microblogging*, que permetia els usuaris seguir-se entre ells i enviar missatges de menys de 140 caràcters a tota la comunitat.

La xarxa social que ens ocupa, Instagram, és de les últimes en arribar. L'octubre de 2010, Kevin Systrom i Krieger Mike van idear l'aplicació i la van dur a l'AppStore, ja que al principi només era disponible per a dispositius Apple. En dos mesos, ja hi havia més d'un milió d'usuaris registrats. Avui en dia, com veurem posteriorment, és la xarxa social amb un creixement més elevat si la comparem amb els seus competidors i està en permanent actualització.

3.2 Instagram, una història d'èxit

Els continguts audiovisuals triomfen a les xarxes socials, i està comprovat que aconsegueixen un major nombre d'interaccions en els usuaris en pràcticament totes les plataformes. El cert és que les publicacions acompanyades d'una fotografia o un vídeo tenen més impacte a la xarxa que les publicacions on només apareix text.

Segons escriu Alfonso Alcántara a *Instagram, mucho más que fotos (2017)*, els éssers humans som éssers primàriament visuals. Estem programats biològicament per percebre el món d'una manera visual. No hem de fer res més que mirar cap als nostres avantpassats: les primeres comunicacions escrites es basaven en imatges. D'aquí que, a dia d'avui, el 90% de la informació que transmetem al nostre cervell sigui visual.

Però Alfonso Alcántara va més enllà. Segons ell, processem les imatges fins a 60.000 cops més ràpidament que els textos. I és que no exagerem quan pronunciem la famosa frase que una imatge val més que mil paraules: el 40% dels usuaris reacciona millor davant d'un contingut en format imatge que davant d'un text.

Tenim una major capacitat per retenir el contingut visual que qualsevol altre format d'informació. Recordem fins al 80% d'allò que veiem, mentre que només el 20% d'allò que llegim, o el 10% d'allò que escoltem. Les imatges han deixat de ser una simple il·lustració d'un text per convertir-se, en molts casos, en un aprenentatge en si mateix. Les fotografies ofereixen un ampli ventall de possibilitats didàctics (Alfonso Alcántara, 2017).

Amb aquests coneixements, Instagram apareix a l'AppStore un 6 d'octubre de 2010, gràcies al desenvolupament dels seus creadors, Kevin Systrom y Krieger Mike. L'aplicació es va fer popular ràpidament gràcies a la seva senzillesa d'ús. L'usuari s'obre un perfil, pot seguir a altres usuaris i començar a pujar fotografies de manera gairebé instantània.

En el moment del seu llançament, Instagram té dos avantatges evidents. En primer lloc, ofereix proximitat. Les fotografies publicades a l'aplicació estan preses amb un dispositiu mòbil de situacions que estan succeint en aquell moment, fet que permet mostrar el costat humà de la persona. En segon lloc, les fotografies són cridaneres. El fet de poder afegir filtres de molt tipus, retro i *vintage* entre ells, o amb contrastos molt elevats, fa que les imatges siguin visualment molt atractives pels usuaris.

En dos mesos de vida d'Instagram, l'aplicació ja tenia un milió d'usuaris registrats. El gener de 2011, Instagram va afegir els hashtags per ajudar els

usuaris a descobrir les fotografies d'una temàtica concreta, ja fos entre els seus seguits o entre gent desconeguda. El maig de 2011, quan encara només hi havia dos treballadors a l'empresa, els dos fundadors, Instagram va assolir la fita d'arribar als cinc milions d'usuaris registrats.

L'estiu de 2011, Instagram aconsegueix 100 milions de fotografies pujades i, poc després, set milions d'usuaris registrats. A diferència de mesos abans, l'empresa ja comptava amb set treballadors. El setembre de 2011, gairebé un any després del seu llançament, Instagram emet la versió 2.0 a l'App Store. A més, la versió actualitzada permetia aplicar nous filtres a les fotografies i altres funcionalitats.

I arriben els dies clau per Instagram. Uns dies que van canviar la història de l'aplicació per sempre. L'abril de 2012, només un any i mig després del seu llançament, Facebook oficialitza la compra d'Instagram per 1.000 milions de dòlars, just una setmana després que es donés llum verda a la versió oberta al públic d'Android, fet que va augmentar exponencialment el mercat de l'aplicació.

3.3 Instagram, després de la compra per part de Facebook

Des de juliol de 2013, Instagram permet pujar vídeos als perfils. Aleshores, només podien tenir un màxim de 15 segons de duració i podien ser gravats amb la càmera de l'aplicació o estar a la memòria del telèfon. Com amb les fotografies, abans de pujar-los es podien editar i també se'ls podia aplicar filtres específics.

A partir de la compra per part de Facebook, Instagram ha experimentat actualitzacions de forma constant. Un fet que, lluny de generar rebuig entre els seus usuaris, l'ha ajudat a expandir-se i no parar de créixer en nombre d'usuaris i d'ingressos.

A la tardor de 2013, Instagram va fer una passa clau. Al setembre va permetre etiquetar els usuaris a les fotografies, i aquestes apareixerien en una pestanya en el perfil dels usuaris etiquetats. Un mes després, l'aplicació va llançar la missatgeria directa, que autoritzava els usuaris a comunicar-se entre ells de forma privada.

Al llarg de 2015, va haver-hi diverses novetats. En primer lloc, va arribar la publicitat als Estats Units. A més, es va actualitzar la interfase web, creada el 2012, abans de la compra per part de Facebook. Per últim, també es va permetre dues noves opcions de publicacions: les fotografies en format panoràmic i el *boomerang*, un vídeo de tres segons que es repeteix contínuament.

A principis de 2016, Instagram va permetre gestionar diversos comptes des d'un únic dispositiu mòbil i els vídeos ja podien ser d'un minut de duració. A més, es va posar fi al *timeline* de forma cronològica. Fins aleshores, les fotografies dels usuaris que seguïem apareixien de més recent a menys. Però a partir del maig del 2016, l'aplicació va canviar aquesta dinàmica. Des d'aleshores, i fins a l'actualitat, les publicacions que ens mostra Instagram responen a un criteri que marca un algoritme que reconeix els gustos dels usuaris i les persones amb qui més interactuem.

L'agost del 2016, Instagram, en la seva frenètica i constant actualització, torna a introduir una aplicació fonamental, sense la qual no s'entendria l'aplicació tal com la coneixem avui en dia: les Instagram *stories*. En paraules de Rosa Jiménez a *Instagram, mucho más que fotos (2017)*, les *stories* són una eina que permet gravar mini-vídeos d'uns segons (o captar una foto) que desapareixen al cap de 24 hores. Aquests continguts no necessiten tanta qualitat com les fotografies o els vídeos que es pugen al mur habitual d'Instagram.

Es poden realitzar coses més divertides, fer el ximple, un acudit, una gràcia, sense preocupar-se del que quedarà en el compte. Allò efímer està de moda i serà cada cop més habitual veure aparèixer aplicacions de contingut amb vida limitada. Amb les Instagram Stories, els usuaris comparteixen històries amb més freqüència i menys editades, apropant-se així a una eina de comunicació. També es pot donar més vitalitat a les històries dels usuaris, utilitzant eines de dibuix i text (Rosa Jiménez, 2017).

El maig de 2016, Instagram va modificar el seu logotip, que és el que utilitza actualment. A finals del mateix any, per primer cop es van poder ampliar les fotografies i es van habilitar els *likes* en els comentaris de les publicacions. El

febrer de 2017, Instagram va permetre pujar fins a deu fotografies, en forma d'àlbum, en una mateixa publicació. I a mitjans d'any, la xarxa social va assolir els 700 milions d'usuaris. A l'agost, l'aplicació va començar a ordenar els comentaris de les converses en base als comptes seguits pels usuaris i, abans d'acabar l'any, ja es podien realitzar enquestes a les *stories*.

Al llarg de 2018, Instagram ha mantingut la idea d'actualitzar constantment el seu producte. Per exemple, els usuaris ja poden seguir a *hashtags*, programar publicacions o silenciar perfils sense la necessitat de deixar de seguir-los. Una de les últimes actualitzacions és que Instagram avisarà els usuaris del temps que dediquin a la utilització de l'*app*, encara que de moment es desconeix en quin format s'oferirà.

3.4 La facilitat d'ús, la clau del triomf

Un dels grans èxits d'Instagram és la seva facilitat d'ús. L'usuari només ha de registrar-se i ja pot començar a penjar fotografies a l'aplicació instantàniament. La pantalla principal d'Instagram es divideix en tres parts: el menú superior, el menú inferior i el central.

Al menú superior, que és permanent, és a dir, que per més que fem *scroll* a la pantalla el menú sempre roman a la part superior, trobem fins a cinc elements. En primer lloc, a l'esquerra de tot, la icona d'una càmera, que ens condueix directament a fer una *storie*, ja sigui en forma de fotografia, vídeo, text o *boomerang*. A aquesta pantalla també s'hi pot accedir lliscant amb el dit cap a la dreta des del menú principal.

Al centre, apareixen les lletres d'Instagram, que ens porten a l'inici. A la cantonada dreta, el símbol d'un avió de paper duu als usuaris cap al servei de missatgeria. Un cop allà, els usuaris poden mantenir converses amb qualsevol dels seus contactes. A més, allà és on arriben els missatges de gent que comenta les *stories*. Per facilitar la recerca, hi ha un buscador on s'ha de posar el nom del contacte a qui es vol adreçar l'usuari. A aquesta pantalla també s'hi pot accedir lliscant amb el dit cap a l'esquerra des del menú principal.

Encara hi ha dos elements més al menú superior. Una mica més a baix, apareix la fotografia de perfil del mateix usuari. Si ha realitzat una *Storie*, li

apareixerà amb un cercle gris al voltant de la fotografia i podrà accedir a editar el que hagi penjat o a revisar quanta gent l'ha visitada. I just al costat del cercle amb la fotografia de l'usuari, apareixen les fotografies, envoltades d'un cercle taronja i lila, de totes les persones que segueix l'usuari i han penjat recentment una *storie* a Instagram.

El menú inferior de l'aplicació també té cinc elements. El primer de tot, a la cantonada esquerra, és una caseta: el *timeline*. Fa exactament la mateixa funció que les lletres d'Instagram anteriorment mencionades al menú superior. L'usuari, desplaçant-se cap a baix fent *scroll*, pot descobrir les fotografies dels usuaris a qui segueix.

Just al costat de la caseta, hi ha una lupa. Serveix per buscar nous usuaris a qui volem seguir, cercar etiquetes o *hashtags*, etc. Es poden buscar els perfils pel nom o el *nick* que utilitza l'usuari, ja sigui una persona, una empresa, un govern, etc. Al mig es troba el signe del més (+), que és l'eina a través de la qual es comparteixen els continguts. Si premem sobre ell, podem pujar una fotografia o un vídeo al nostre perfil i els nostres seguidors la veuran al moment.

El quart element del menú inferior és una icona d'un cor. Són les notícies i l'activitat a Instagram, i es divideix en dues parts. La primera és la mateixa xarxa de l'usuari, on podrà veure qui l'ha començat a seguir i qui li ha fet un *like* o un comentari a una publicació. Amb aquestes accions arriba una notificació al telèfon mòbil. En canvi, a la part de "Seguits", l'usuari podrà veure els comptes als quals segueix i li apareixeran els *likes* que han realitzat aquestes persones.

L'últim element del menú inferior és una icona d'una persona. Aquest és un *link* directe cap al teu perfil. Un cop allà, aquest apartat és ple de possibilitats i es divideix en fins a sis apartats. En primer lloc, a dalt de tot a la dreta, hi ha tres pestanyes. La primera és l'arxiu de *stories*, on podem veure totes les *stories* que hem fet per poder destacar-les en el nostre perfil, com s'observarà posteriorment. El segon és per buscar nous usuaris, però no només a través d'Instagram, sinó també a través de Facebook. El tercer i últim és l'ajustament. Allà, l'usuari pot canviar la seva política de seguretat i privacitat, la contrasenya,

l'idioma de l'aplicació, controlar els comentaris, les dades del compte o la sincronització de contactes, entre d'altres molts aspectes.

En segon lloc, apareix la fotografia de perfil, el nombre de publicacions i el nombre de seguidors i seguits que té l'usuari. Una mica més a baix, cada posseïdor podrà editar un espai dedicat per a la seva biografia, és a dir, les dades que cada usuari consideri oportunes de compartir amb els seus seguidors: edat, ciutat de residència, ocupació, hobbies, etc. Per sota, apareixen les *stories* que cada usuari té destacades dins del seu perfil. Com s'ha explicat anteriorment, les *stories* destacades ja no desapareixen al cap de 24 hores, sinó que l'usuari té la possibilitat de remarcar-les dins del seu perfil.

El penúltim element apareix just per sobre de totes les publicacions que ha realitzat l'usuari. En aquest menú podrem seleccionar si preferim revisar les imatges del perfil en grups de tres, però en un format més petit, o d'una en una, amb la qual cosa la publicació ocupa tota la pantalla. Més a la dreta, un quadrat acabat en punxa dirigeix els usuaris cap a les fotografies en les quals se l'ha etiquetat, però ell no les ha penjades, sinó que ho han fet els seus seguidors. Per últim, amb una icona d'un rectangle inacabat condueix els usuaris cap a les publicacions que ha guardat perquè li han semblat interessants.

Per últim, apareixen, per ordre de publicació, de més recents a més antigues, totes les publicacions, tant les fotografies com els vídeos, que ha realitzat l'usuari al llarg de la seva estança a Instagram.

En el menú central de l'aplicació, un cop hem tornat a la pàgina d'inici, ens sortiran les fotografies dels comptes als quals seguim. Cada usuari pot fer un *like*, deixar un comentari, enviar la foto per missatge privat a un altre usuari o guardar-la en una col·lecció del seu perfil. Sota cada publicació ve especificat quin és el nombre actual de *likes* que té en el moment en què veiem la fotografia i quant temps fa que s'ha publicat a Instagram.

Com explica Luis Rodríguez a *Instagram mucho más que fotos (2017)*, al cap i a la fi, Instagram és una aplicació d'entreteniment. Gran part de la població d'Instagram (és impossible tenir una magnitud) va trobar aquesta aplicació la diversió que ja no trobava a altres xarxes socials. Escoltava a amics

meus dir “Facebook ja m’avorreix” i trobaren a Instagram una forma de divertir-se de manera senzilla recorrent un *timeline* on va apareixent la vida dels demés. Aquest instint voyeur ens relaxa després de la feina, ens fa passar una estona agradable a la sala d’espera o al metro o bé anima el nostre matí de camí a la feina a l’autobús. Es veu de tot i és el que fa que sigui una xarxa social pintoresca i divertida (Luis Rodríguez, 2017).

3.5 Instagram és la xarxa social que més creix

A finals del mes de setembre de 2017, Instagram va anunciar a Nova York que havia superat els 800 milions d’usuaris mensuals, segons va publicar el portal TreceBits. Instagram, que va néixer molt després de Twitter i Facebook, ha aconseguit posicionar-se com una de les xarxes socials imprescindibles pels usuaris. Ara, les xifres s’enfilen fins als 800 milions d’usuaris actius al mes. Mai abans en la història de les xarxes socials s’havia experimentat un creixement tan acusat.

Des de l’adquisició d’Instagram per part de Facebook, la plataforma ha multiplicat per 20 la base dels seus usuaris. La popularitat de les Instagram *stories* està darrere d’aquesta empenta a nivell d’usuaris. L’aplicació té més de 250 milions de persones al dia, més que el nombre total d’usuaris de Snapchat. D’altra banda, i segons publica TreceBits, els resultats d’Instagram en l’àmbit de la publicitat també són extraordinaris. La plataforma compta amb més de dos milions d’anunciants, el doble que fa un any.

Segons el “IV Estudio sobre els usuaris de Facebook, Twitter i Instagram a Espanya”, publicat el febrer de 2018, que elabora *The Social Media Family*, Instagram és la tercera xarxa social en l’àmbit mundial, només superada pels 2.070 milions d’usuaris de Facebook, els 1.250 de WhatsApp i els 1.500 milions de YouTube.

A Espanya, Instagram, amb 13 milions de comptes creats, és el segon mitjà social, per darrere de Facebook, que manté el seu lideratge amb 23 milions de comtes. Els 13 milions d’Instagram representen un 28% de la població total espanyola. Aquesta dada ha augmentat d’una manera extraordinària en els últims anys: el 2015 hi havia 7,4 milions d’usuaris i el 2016 es va arribar a 9,6.

I és que, sempre segons l'estudi esmentat, fins a 19,2 milions d'usuaris utilitzen les xarxes socials a l'estat espanyol. Tot i que l'aplicació també ha experimentat un increment d'un milió de comptes creats d'usuaris d'entre 40 i 65 anys, Instagram continua sent la plataforma preferida dels *millenials*: el 65% dels usuaris tenen menys de 39 anys. Pel que fa al gènere, a Espanya el 54% dels usuaris són dones, mentre que el 46% dels comptes correspon a homes.

Per últim, l'estudi en qüestió també fa referència a les ciutats amb més comptes a Instagram: Madrid (1,8 milions), Barcelona (1,4 milions), Sevilla (530.000), València (500.000) i Málaga (330.000). A més, també destaca que altres ciutats espanyoles com Granada, Tarragona, Sabadell, Bilbao i La Coruña també tenen una destacada presència a la plataforma, tenint en compte el percentatge entre el nombre d'usuaris i la població total.

3.6 Els futbolistes professionals, uns éssers divinitzats a la societat actual

Escriu Luis Cantarero a *El futbolista como construcción sociocultural (2001)* que una de les característiques del futbol professional és que és un esport públic. És a dir, que el desenvolupament d'un partit provoca una afluença massiva d'espectadors. Els que ho observen a través de la televisió han de veure el que el realitzador decideix, mentre que els que ho presenciïn directament des de l'estadi són lliures d'elegir on posen la vista: si cap als jugadors que estan al camp, als àrbitres, en menor mesura als entrenadors i, en casos estranys, a la directiva.

Una de les conseqüències de ser vistos és que totes aquestes persones relacionades amb el futbol estan sotmeses a innumerables judicis per part d'un gran sector de la població. I, en molts casos, són judicis mediatitzats pels mitjans de comunicació. És a dir, que els comportaments dels jugadors i les seves declaracions són interpretades pels mitjans, que tenen la capacitat de crear opinió pública. Com a conseqüència, els aficionats construeixen una imatge positiva o negativa de les persones relacionades amb el món del futbol professional (Luis Cantarero, 2001).

En l'imaginari popular dels aficionats s'espera que els futbolistes, entrenadors i directius es comportin com els seus rols indiquen. Tanmateix, hi ha una coincidència entre el comportament esperat i la informació que prové dels mitjans o de l'observació directa. Aleshores se'ls atribueixen qualitats positives als futbolistes; en cas contrari, negatives. (Luis Cantarero, 2001).

Entre ells, els futbolistes, entrenadors i directius també construeixen una imatge ideal de si mateixos. Hi ha formes de ser i d'actuar que delaten el "bon futbolista" [...]. El bon jugador no és només el que rendeix sobre el terreny de joc, sinó el que té una forma de vestir, de caminar i de menjar. No només influeixen les condicions tècniques, tàctiques o físiques per ser considerat un "bon futbolista". Aquí entren els valors humans, quina és la imatge social que transmeten, quin comportament s'espera que tinguin i quines són les normes per què els jutgem (Luis Cantarero, 2001).

Els futbolistes representen exemples per a les generacions posteriors. Són, en molts casos, ídols o éssers divinitzats. En paraules de Carla Rizzotto a *El País*, els ídols provoquen fascinació; i això és completament comprensible, ja que es tracta d'éssers humans o personatges excessivament estimats. Encara que es converteixin en pràcticament inassolibles, l'adoració no minva en cap moment, sinó tot el contrari. Tampoc els desencerts d'alguns d'aquests éssers divinitzats semblen tallar l'encantament.

Per això, esperem d'ells unes determinades actituds. I és que, fins i tot, és una demanda social, ja que molts nens i adolescents tenen els ulls posats en tot allò que facin, beguin, mengin o comprin. Són, en paraules del segle XXI, *influencers*: persones que, independentment del que facin, tindran una repercussió mediàtica extraordinària.

Perquè al final, tot i l'exposat anteriorment, els futbolistes professionals són uns privilegiats. En aquest treball, a excepció d'un jugador que encara té 14 anys i és cadet, ens referim a futbolistes que juguen a primera divisió de diversos països europeus. Per tant, exclouem tots aquells que juguen a Segona, Segona Divisió B o Tercera, i per descomptat categories territorials inferiors. Els futbolistes en qüestió, joves amb ganes de menjar-se el món i triomfar, són persones que, quan acaben la seva carrera professional, poden tenir la vida

resolta econòmicament parlant. I, com a futbolistes, és a dir, com a personatges de notorietat pública, tenen una funció amb la societat: ser exemple.

3.7 Instagram com a eina pels futbolistes

Instagram va néixer l'octubre de l'any 2010 i, per tant, és una de les xarxes socials més noves que la societat utilitza en l'actualitat. I aquesta aplicació, a més, és la preferida pels futbolistes, que han trobat en ella una manera d'expressar-se. Els futbolistes, en aquest cas, no han estat aliens a la societat que els envolta i s'han apuntat a la festa d'Instagram. Cadascú, això sí, donant-li un ús ben diferent.

Un gran nombre de futbolistes professionals utilitza Instagram per mostrar com és el seu dia a dia als seus seguidors. És molt habitual veure perfils de jugadors amb moltes fotografies dels entrenaments que realitzen durant la setmana. Cap a finals de setmana, molts d'ells recorden el dia i l'hora del partit que disputaran dissabte o diumenge. En aquest sentit, solen publicar fotografies on apareixen ells durant una sessió d'entrenament o amb els seus companys d'equip durant un partit determinat de l'any.

Les xarxes socials, i en particular Instagram, permeten conèixer l'altra cara del futbolista. Què menja, on dorm la migdiada i amb quina companyia, a quins videojocs juga mentre està a casa o, simplement, quines són les seves aficions quan no està jugant a futbol. És a dir, que ho utilitzen per mostrar com són en realitat quan estan lluny dels micròfons i les càmeres. Aquestes són activitats que molts futbolistes destaquen en el seu perfil d'Instagram. I, en gran part, gràcies a la popularització de les famoses *stories*, uns vídeos curts que s'eliminen al cap de 24 hores.

Durant les vacances, l'Instagram dels futbolistes és una veritable bogeria. És el temps que els futbolistes tenen per desconectar de la seva feina i no desaprofiten l'avinentesa per proclamar a les xarxes socials a quins països han viatjat, quines activitats realitzen i qui els acompanya en tot moment. I el mateix succeeix amb les Instagram *stories*, que treuen fum durant aquesta època de l'any.

D'altres futbolistes, com podrem observar posteriorment en l'anàlisi dels perfils, utilitzen el seu compte personal per treballar la marca personal. El concepte de marca personal o *branding* neix de la concepció que, en el món actual, monopolitzat per la tecnologia, qualsevol persona pot esdevenir en una empresa si es donen les condicions adequades.

Alguns futbolistes, aquells que tenen milions de seguidors a les xarxes, són més importants que els seus propis clubs. Generen molts milions d'euros en publicitat i són un reclam per les marques. Aquests jugadors, mostrant proximitat i transparència, aprofiten Instagram per realitzar campanyes promocionals de marques de tot tipus i, de retruc, promocionar-se a ells mateixos.

4. INVESTIGACIÓ DE CAMP

La investigació de camp del present treball s'ha centrat a analitzar totes les publicacions i Instagram *stories* realitzades entre el 15 de desembre de 2017 i el 15 de gener de 2018 per cadascun dels deu futbolistes explicats anteriorment. Aquesta anàlisi s'ha fixat en paràmetres com la importància que té el club en perfils dels futbolistes, la quantitat de *likes* obtinguts, l'idioma emprat en els textos i quines són les seves activitats a què es dediquen quan estan allunyats dels terrenys de joc.

4.1 Andreu Fontàs

Andreu Fontàs va realitzar un total de cinc publicacions a Instagram i tres *stories* en el període analitzat. Per tant, numèricament és el futbolista que menys va utilitzar l'aplicació. D'entre els deu perfils examinats, el del defensa central del Celta és el més oblidat. I és que fins i tot va estar dues setmanes, entre el primer dia de l'any 2018 i el 15 de gener, sense publicar cap fotografia.

De les cinc fotografies publicades, en tres d'elles apareix algun membre de la seva família, ja sigui la seva parella o la seva filla. Per tant, podem deduir

que la seva família directa té una gran importància en la seva vida quotidiana. A més, a diferència d'altres jugadors analitzats, Andreu Fontàs no té cap problema en mostrar el rostre de la seva filla, encara que sigui tot just un nadó.

El futbolista català mostra l'escut o alguna mena de distintiu del seu equip, el Celta de Vigo, en tres de les fotografies. En la primera, perquè apareix amb dos companys d'equip en un hospital amb un nen, aquest sí amb la cara pixelada, aficionat del Celta. Aquesta és una activitat, la de visitar nens en un hospital, recurrent en els clubs de Primera i Segona Divisió, tant nacionals com internacionals.

La segona instantània on apareix l'escut del seu club és a la tradicional fotografia d'equip després d'una victòria. A més, era un triomf realment important pel Celta, que va vèncer per 1-3 a Riazor, l'estadi del seu etern rival regional, el Deportivo de la Corunya. Tot i no jugar cap minut, Andreu Fontàs no es va voler quedar enrere en les celebracions i va penjar una imatge a Instagram.

El dia de Cap d'Any, el central es va unir al costum que tenen molts futbolistes de repassar l'any amb fotografies, com comprovarem posteriorment. Andreu Fontàs va penjar un muntatge de nou imatges de diversos moments de l'any 2017: amb la seva parella embarassada, amb la seva filla nounada, amb Hugo Mallo, un company d'equip, i fotografies al vestidor amb els jugadors del Celta després d'una victòria o el dia del seu vint-i-vuitè aniversari. Aquesta fotografia serveix a tall de resum de diversos moments importants que van ocórrer al llarg del 2017.

La repercussió del futbolista de Banyoles a les xarxes socials és relativament baixa. Cada publicació se situa a la vora dels 3.000 *likes*, sent la més elevada de 3.686 i la més baixa de 2.233 *likes*. Cal tenir en compte, en relació a l'anterior dada, que el central català no arriba a 100.000 seguidors a la xarxa social. I a excepció de dies assenyalats, Fontàs es dirigeix als seus seguidors en castellà, que és l'idioma que ha utilitzat en tres de les cinc publicacions que va realitzar durant el període analitzat. En canvi, els dies de Nadal i Any Nou, va enviar els missatges de felicitació en anglès.

Un altre fet remarcable és que en cap fotografia que va publicar a Instagram, a diferència del que passa amb la resta de perfils analitzats, el futbolista apareix sol. A més, tampoc explota al màxim les possibilitats de l'aplicació. En el mes investigat no va penjar vídeos o *boomerangs*, opcions que han guanyat popularitat entre els usuaris d'Instagram.

Per últim, Andreu Fontàs és un futbolista que li dóna poc ús a l'aplicació que ha revolucionat i ha redefinit la història d'Instagram: les *stories*. En total, només ha realitzat tres stories. Una d'elles és d'una captura de pantalla on s'aprecia que està escoltant la cançó 'Perfect' d'Ed Sheeran. En les altres dues apareixen membres de la seva família: en una, la seva filla, amb una emoticona d'un pingüí i l'altre amb la seva parella celebrant l'entrada de l'any 2018.

4.2 Bojan Krkic

Bojan Krkic és un usuari actiu a Instagram. En el període analitzat, el futbolista de l'Alavés va penjar sis fotografies a l'aplicació. A més, va realitzar nou *stories*, encara que en dues ocasions va penjar més d'una el mateix dia. Però aquest tema l'abordarem posteriorment.

El primer que crida l'atenció del perfil del futbolista és que en totes les publicacions, a excepció d'una, apareix sol. Bojan demostra a Instagram que la seva vida professional és molt important per ell, ja que en la meitat de les publicacions (tres) apareix algun distintiu del seu equip, l'Alavés. Abans de l'últim partit de lliga de l'any, Bojan va publicar un muntatge encoratjant la gent a acudir a Mendizorrotza, l'estadi de l'Alavés, a presenciar la darrera jornada del 2017, que va acabar amb victòria basca davant el Màlaga. El 8 de gener, després de perdre 2-0 amb l'Athletic en un dels derbis bascos de lliga, va publicar una instantània seva davant dos rivals amb una frase motivacional.

L'atacant de 27 anys també es va sumar a la moda d'acomiadar l'any, però ho va fer a la seva manera. Va anar una passa més enllà que la resta. Bojan Krkic va publicar un vídeo amb fotografies i vídeos de tot l'any 2017. En ell apareixen imatges de Bojan amb l'Stoke City, l'equip amb qui va començar l'any, fotografies de vacances en postes de sol espectaculars, entrenant, a

l'aeroport, menjant amb amics, disfressat, bufant les espelmes de l'aniversari i en la presentació com a nou jugador de l'Alavés.

Però, per sobre de tot, destaca un vídeo amb el Mainz, on va estar cedit des del gener de 2017 fins al juny del mateix any. El futbolista català, amb el gol enfront del Bayern de Munich, va entrar en un selecte grup de jugadors: el d'haver marcat almenys un gol a les quatre grans lligues europees. I és que el de Linyola ha marcat a Espanya (Barça), Itàlia (Milan), Anglaterra (Stoke City) i Alemanya (Mainz). El vídeo del seu gol a l'Allianz Arena de Munich està present en el repàs de l'any.

També cal destacar que el vídeo que repassa el 2017 té una veu en off, que és la del mateix Bojan Krkic. I ho fa en castellà. Això sí, els subtítols de tot el que diu són en anglès. A més, la cançó 'Que tot et vagi bé' de Txarango acompanya el vídeo en tot moment.

Tot i que el català és la seva llengua materna, Bojan només va penjar una publicació amb el text en català. Va ser el diumenge 17 de desembre, durant la realització del programa 'La Marató' de TV3, en què animava la gent a trucar per fer un donatiu. Fins i tot va escriure el telèfon per fer-ho. La resta de publicacions les va escriure en castellà o anglès, un fet normal, tenint en compte la quantitat de seguidors estrangers que té el jugador.

Les publicacions de Bojan Krkic estan al voltant dels 10.000 *likes*, tenint en compte que el futbolista català té gairebé 400.000 seguidors a la xarxa social. La seva fotografia amb més impressions és el vídeo de cap d'any, que va arribar a 21.246 *likes*.

Per últim, el jugador de l'Alavés, durant el període analitzat, va penjar un total de nou Instagram *stories*. Cal destacar que dues d'elles eren les mateixes que les publicacions que va penjar el mateix dia, però la resta no. Bojan no va tenir cap problema en mostrar el seu costat més infantil gravant la cavalcada del dia de Reis o ensenyant els seus gustos televisius, gravant un fragment d'Operación Triunfo, un programa de Televisió Espanyola.

4.3 Gerard Moreno

Tot i tenir relativament pocs seguidors (40.400), Gerard Moreno és un dels futbolistes analitzats que més publicacions va realitzar: un total de 16, és a dir, una mitjana d'una cada dos dies. A més, també va penjar 12 Instagram *stories*.

El jugador de Santa Perpètua de Mogoda, que acumula tres temporades a l'Espanyol, és un dels capitans de l'equip. I així ho demostra al seu perfil de la xarxa social estudiada. 12 de les 16 publicacions que va realitzar en el mes analitzat van tenir a veure amb el seu club. A més, va penjar instantànies de tot tipus: fotografies amb tota la plantilla celebrant victòries, durant una sessió d'entrenament, celebrant un gol, sol o amb més companys, o fent un petó a Sergi Darder durant un matx, entre d'altres.

Una de les fotografies on apareix algun distintiu del seu club és d'una campanya solidària, en què el jugador promociona el calendari de la Fundació Guimbarda. En la publicació, que és en forma d'àlbum i la componen un total de tres fotografies, Gerard Moreno apareix amb un nen amb discapacitat física anomenat Jorge.

Només en quatre imatges no apareix cap distintiu de l'Espanyol. I aquelles quatre fotografies són per la família. El davanter periquito aprofita una fotografia de la seva filla per felicitar el Nadal als seus seguidors. En dues imatges més també apareix la seva filla, en aquest cas acompanyada de la seva parella. Fins i tot en una d'elles ni tan sols apareix el mateix jugador, sinó que apareixen la Núria, la seva parella, i la seva filla en un paisatge nevat, durant els dies de vacances de què disposava Gerard Moreno.

Gerard Moreno acompanya les publicacions amb textos en llengua castellana. Només en un cas va utilitzar simplement emoticones. I és que el davanter català no ha sortit mai d'Espanya per jugar a futbol, ja que ha vestit la samarreta del Mallorca, el Villarreal i ara la de l'Espanyol. Per tant, la immensa majoria dels seguidors que té a Instagram són espanyols i no és necessari que s'expressi en un idioma estranger. Un altre fet remarcable és que, pel que

respecta a les publicacions, Gerard Moreno només penja fotografies i fuig d'altres tipus de manifestació.

El jugador català de l'Espanyol va tenir una mitjana de 3.500 *likes* per publicació. La que va acumular menys reaccions va ser l'anteriorment esmenada del paisatge nevat i la seva família, que va tenir 1.643 *likes*. En canvi, les fotografies del futbolista celebrant un gol o una victòria al vestidor amb la resta de l'equip van ser les que més van triomfar entre els seus seguidors. Fins a 5.048 *likes* va rebre la instantània en què l'equip blanc-i-blau va superar el Levante al Ciutat de València i va passar a quarts de final de la Copa del Rei.

Quant a les *stories*, Gerard Moreno en va penjar 12 entre la segona quinzena de desembre i la segona quinzena de gener. A diferència de les publicacions, només en una d'elles apareix algun distintiu de l'Espanyol, encara en tres més mostra que està amb companys d'equip.

Per tant, Moreno utilitza aquestes publicacions efímeres per mostrar el seu costat més personal, ja que les vuit *stories* restants corresponen a la seva vida privada. Ensenya sopars amb amics, moments d'intimitat amb la seva família, sobretot amb la seva filla i la seva parella, com també del sopar de Cap d'Any o del dia de Reis.

A més, en aquest cas sí que explota les possibilitats de les *stories*, ja que va publicar un *boomerang*, un vídeo curt i, ocasionalment, va afegir la ubicació del lloc on es trobava en aquell moment, emoticones i paraules per complementar la fotografia.

4.4 Jordi Mboula

L'actual jugador del Mònaco, que disputa els seus partits a la lliga francesa, va realitzar un total de cinc publicacions en el mes analitzat. Mboula, però, va ser més actiu amb les Instagram *stories*, ja que en va publicar fins a 42, tot i que 27 d'elles eren del mateix dia. Posteriorment s'aprofundirà en aquest aspecte.

En primer lloc, cal remarcar que l'atacant de Granollers es va passar una setmana sencera, des que va començar l'anàlisi, sense fer cap publicació, ni al seu perfil ni a les *stories*. Passat aquest període, Mboula va publicar tres *stories* en tres dies consecutius i, la nit abans de Nadal, va publicar la primera instantània, durant els dies que el jugador va tenir de vacances. A més, va afegir-hi la ubicació (Andorra), un fet anòmal entre els futbolistes.

Un fet que crida l'atenció és que en cinc de les fotografies penjades a la xarxa social en forma de publicació, Jordi Mboula apareix sol en quatre d'elles, ja sigui en l'àmbit de feina o privat.

L'idioma utilitzat per acompanyar les seves fotografies és, majoritàriament, el francès, ja que l'utilitza en tres de les cinc publicacions. En les altres dues, o bé empra el castellà o bé només escriu emoticones. Pel que fa a la repercussió, Mboula té una mitjana de 8.000 *likes* per fotografia, tenint en compte que arriba fins a 88.400 seguidors a la xarxa social. Per tant, tot i la seva joventut (19 anys), ja ha assolit major notorietat que altres futbolistes amb més experiència de la lliga espanyola.

El seu club actual, el Mònaco, pren un especial protagonisme en el perfil del futbolista, que va passar per les categories inferiors del Barça fins al seu fitxatge, l'estiu del 2017, pel conjunt monegasc. De les instantànies amb l'equip francès, però, cap correspon a un partit, ja que Mboula encara no havia debutat en cap matx oficial amb el seu equip. És per això que les publicacions són durant un entrenament, en tres ocasions, o durant un partit de pretemporada. Fins i tot, a l'última imatge analitzada, del 10 de gener, Mboula fa referència a aquesta situació que vivia i va publicar "Sois patient" (Sigues pacient), que va ser la que més reaccions va tenir: 10.064 *likes*.

Jordi Mboula, com estem observant amb la resta de futbolistes estudiats, també es va voler acomiadar de l'any 2017 al seu perfil d'Instagram. I ho va fer de dues maneres: amb una publicació i amb *stories*. La publicació constava de dues fotografies, una amb cada equip en què havia militat durant aquell any el futbolista. Ambdues van ser durant la celebració d'un gol per part de l'atacant de Granollers.

D'altra banda, l'atacant del Mònaco va publicar 26 *stories*, totes elles fotogràfies, com a revisió de l'any. I les imatges eren de tot tipus: amb el Barça, amb companys d'equip celebrant un triomf, a les categories inferiors de la selecció espanyola, en la presentació amb el Mònaco, en amistosos amb el seu nou equip, etc. Però també d'altres en un entorn privat, amb la seva parella o amics, de festa en una discoteca, de vacances en un vaixell a l'estiu o a la platja.

A més, l'atacant vallesà va explotar les possibilitats de les *stories*, ja que va publicar fins a 10 vídeos, un d'ells en forma de *boomerang*, i va afegir text, emoticones i la ubicació en diverses publicacions. A més, va ser durant el període de vacances quan el jugador va resultar més actiu a Instagram, i va aprofitar per mostrar com és la seva vida lluny dels terrenys de joc. I és que va filmar el seu pare i la seva mare mentre eren a Mònaco amb ell passant uns dies durant el Nadal.

En aquest sentit, destaca un vídeo la nit de Nadal en què els quatre membres de la seva família (també hi va assistir el seu germà), feliciten les festes en quatre idiomes diferents: anglès –el pare–, francès –la mare–, castellà –el seu germà– i català –ell mateix–. A més, el pare apareix en dos vídeos més, en un àmbit familiar i rialler.

Per últim, Mboula també va evidenciar la tornada a la rutina i a la normalitat a través de les Instagram *stories*, ja que va penjar diversos vídeos en què es dirigia cap a l'entrenament o, en la darrera publicació efímera, en un entrenament amb la selecció espanyola sub-19, amb qui tenia compromisos internacionals.

4.5 Iker Muniain

Entre el 15 de desembre de 2017 i el 15 de gener de 2018, Iker Muniain va penjar 11 publicacions i 29 *stories*. Per tant, numèricament és un futbolista molt actiu a les xarxes socials, a més de tenir una important notorietat, ja que acumula més de 234.000 seguidors a Instagram.

Primerament, val a dir que Muniain es va operar al mes de setembre d'una lesió al lligament encreuat del genoll i, per tant, en el període analitzat

estava en plena fase de rehabilitació. Això ajuda a explicar que només dues de les publicacions que va realitzar en el període analitzat tinguin a veure amb el seu club, encara que l'atacant navarrès sigui un dels capitans de l'Athletic Club. En una d'elles es veu a Muniain a San Mamés, amb el braçalet de capità, abans de lesionar-se. L'altra és durant una sessió d'entrenament, ja a mitjans del mes de gener.

En tres instantànies més, Iker Muniain apareix entrenant i en la fase de recuperació de la lesió al genoll, que és d'un període aproximat de sis mesos. I per demostrar als seus seguidors que no descansa per tornar a jugar, el futbolista va publicar quatre vídeos, agrupats en dues publicacions, de tres vídeos i un, respectivament, d'ell mateix realitzant exercicis de recuperació, ja fos al gimnàs o a un terreny de joc xutant diverses pilotes a una porteria buida. Però sempre el futbolista apareixia sol, encara que en algun moment es podia intuir la presència d'un preparador físic del club.

La resta de fotografies, sis en total, corresponen a l'àmbit de la vida privada del futbolista. En la meitat de les imatges apareix el seu fill i, en dues d'elles, la seva parella. Durant aquest període en què l'àmbit professional no va ser l'òptim, Iker Muniain es recolzà en la seva família. La cara del seu fill, però, mai apareix en les seves publicacions. O bé està d'esquena a la càmera o, quan està de cara, el jugador edita la fotografia i li tapa el rostre amb una emoticona.

En la totalitat de les publicacions, Iker Muniain utilitza el castellà per escriure el peu de fotografia i dirigir-se als seus seguidors. I és que l'atacant de l'Athletic Club ha passat tota la vida al conjunt basc. Va debutar el 2009 amb 16 anys i no s'ha mogut del club. A més, la seva trajectòria a nivell internacional és escassa perquè, tot i haver guanyat dues Eurocopes Sub-21, només ha jugat un partit amb la selecció espanyola absoluta. Per tant, gairebé tots els seus seguidors corresponen al País Basc i a la resta d'Espanya.

Iker Muniain té al voltant de 12.000 *likes* de mitjana per a cada publicació, encara que els vídeos tenen més impressions: fins a 69.107 va arribar el vídeo del jugador xutant a una porteria buida a càmera lenta.

Com passa amb altres futbolistes analitzats, l'atacant de l'Athletic Club utilitza les Instagram *stories* per mostrar el seu costat més personal. En total, Iker Muniain en va penjar 29. Sobretot es va mostrar actiu mentre era de vacances de Nadal a Florida i Nova York, on va aprofitar per disfressar-se i ensenyar diversos vídeos als seus seguidors.

La família pren molta importància a les seves *stories*. I sobretot el seu fill. I és que el jugador el fa aparèixer en sis de les seves publicacions efímeres, encara que, com s'ha mencionat anteriorment, no mostra la seva cara. Ensenya diversos berenars en família, fent la migdiada amb la criatura, jugant amb ninots o veient una pel·lícula infantil.

A més, el jugador té una predilecció pel menjar. Carn vermella, llet amb galetes, gerds recoberts de sucre, sandvitxos de pernil i formatge o pizzes. Aquest és el menú variat que ofereix Muniain a les seves *stories*, on també deixa veure que juga a cartes i que té a Joaquín Sabina com un dels seus referents musicals, ja que va gravar un fragment d'un concert que van oferir a la televisió i també va publicar un fragment d'una cançó seva.

Després del dia de Reis, però, la meitat de les *stories* (5 de 10), estaven relacionades amb l'Athletic Club, ja que el jugador va mostrar més passes en la seva fase de recuperació, ja fos arribant al camp d'entrenament, fent tocs amb una pilota a la gespa, al vestidor, o corrent a la cinta del gimnàs. Val a dir que Iker Muniain li va saber treure rendiment a les *stories*, ja que va publicar fins a 12 vídeos, tres d'ells *boomerangs*, i constantment afegia text i emoticones.

4.6 Xavi Simons

Arribem al veritable fenomen d'Instagram. Amb només 14 anys i jugant encara al futbol base del Barça, concretament al Cadet B blaugrana, Xavi Simons ja acumula més d'un milió de seguidors a la xarxa social i és tota una estrella. Des del desembre de 2017 fins al gener del 2018, Simons va penjar 10 publicacions i va publicar 49 *stories*.

És cert que la generació a què pertany Xavi Simons ha nascut amb les noves tecnologies i les xarxes socials totalment integrades i interioritzades.

Tanmateix, el jugador holandès no deixa de ser un adolescent i així ho demostra el seu perfil, més en el cas de les *stories* que en les publicacions.

Cinc de les seves 10 publicacions estan relacionades amb l'àmbit del futbol, encara que només en dues d'elles el jugador apareix vestit amb la samarreta del Barça. I són la primera, en què es veu al jugador somrient durant un partit, i la darrera instantània publicada, en què Simons fa una cara estranya en un matx.

En tres de les publicacions, Xavi Simons apareix sol, mentre que a les altres tres sí que apareix acompanyat. En una d'elles pel seu germà, en una altra per uns nens a una escola de Surinam i en una altra per amics. Pel que fa a l'idioma, Simons utilitza l'anglès en el 100% de les publicacions, fet que no es repeteix en les *stories*. Tot i jugar al Barça i dominar perfectament el català i el castellà, Simons té molts seguidors de fora de Catalunya, ja que és holandès, i per això tracta d'apropar-se a aquells *followers*.

Com s'ha mencionat anteriorment, Xavi Simons acumula més d'un milió de seguidors. Però el 16 de desembre, va publicar un muntatge on se'l veia de fons fent tocs agraint els seus seguidors perquè havia assolit la xifra de 800.000, tot un rècord. Aquella instantània va ser la fotografia amb menys *likes* del període analitzat: 55.561. La que més impressions va obtenir va ser un vídeo de Simons amb tres persones més jugant a fut-volei a Surinam (580.332).

I és que el jugador del futbol base del Barça va passar les seves vacances de Nadal a Surinam, un fet que va anar anunciant en els dies previs a través de les seves Instagram *stories*. Va viatjar amb el seu germà i s'hi va estar aproximadament dues setmanes. Allà, va jugar a fut-volei, va llençar-se en tirolina, va col·laborar amb una entitat benèfica en una escola i es va fotografiar sota una palmera, per recuperar forces per la segona part de la temporada.

A les Instagram *stories*, com succeeix amb la resta de futbolistes analitzats, Xavi Simons mostra el seu costat més personal i proper. Però, com s'ha explicat anteriorment, posa de manifest que és un adolescent. Té una

mitjana de gairebé dues *stories* per dia. I és que ho penja absolutament tot. Predominen sobretot les *selfies*, tant sol com acompanyat, les ximpleries amb els amics i familiars, ja sigui al vestidor, a casa o, fins i tot, al metro. A més, el migcampista holandès també ensenya els seus gustos musicals, ja que va penjar tres *stories* amb cançons de *reggaeton*, que triomfen actualment entre els joves i adolescents.

Les *stories* també serveixen a Simons fer felicitar diversos companys d'equip que complien anys durant el període investigat. A més, durant les vacances no es va oblidat del seu club, el Barça. El dia del Madrid – Barça al Santiago Bernabéu, que els blaugranes van vèncer per 0-3, va publicar una instantània de Leo Messi celebrant un gol i va afegir “Eres el mejor y ya está!”. També mentre els seus companys de l'Aleví del Barça disputaven el torneig de Tenerife els va animar des de la distància.

Com no podia ser d'una altra manera, Simons també es va voler acomiadar de l'any 2017 a la seva manera. En primer lloc, va voler agrair a tots aquells que havien estat al seu costat durant el 2017 i donava la benvinguda al 2018. I ho va fer amb fotografies i vídeos significatius de l'any, com la celebració del títol de Divisió d'Honor, un penal durant un torneig i instantànies amb companys d'equip lluny del terreny de joc.

A diferència de les publicacions, en les *stories* sí que va utilitzar el castellà per comunicar-se i apropar-se als seus seguidors. Però amb dues excepcions. En les fotografies que va emprar per anunciar l'últim partit del 2017 i el primer del 2018, davant la Rapitenca i el Gavà, respectivament, es va dirigir en anglès als seus seguidors.

4.7 Marc Muniesa

Entre el 15 de desembre de 2017 i 15 el gener de 2018, Marc Muniesa va penjar un total de 18 publicacions al seu perfil d'Instagram. A més, en el mateix període va realitzar 21 *stories*, la majoria d'elles en forma de vídeo. Crida l'atenció, però, que només pengés un vídeo al seu perfil, que és la publicació que va tenir més reaccions: 28.590 visualitzacions.

El defensa de Lloret de Mar és propietat del Stoke City anglès, però aquesta temporada ha estat cedit al Girona. I, almenys en el seu perfil d'Instagram, Muniesa ha demostrat que el seu actual club té una importància cabdal en la seva vida quotidiana. Fins a 13 publicacions, de les 18 totals, tenien a veure amb el Girona. En 11 d'elles apareixia algun distintiu del conjunt gironí: al vestidor amb companys celebrant un triomf, arribant a l'estadi a jugar un partit de lliga, Montilivi desplegant un mosaic o en sessions d'entrenament.

Les altres dues, encara que no es mostraven obertament els colors blanc-i-vermells, el futbolista estava acompanyat dels seus companys d'equip en dues situacions característiques dels clubs de futbol: en el sopar de Nadal que va organitzar el club i en una visita a un hospital gironí. D'altra banda, el jugador també mostra el seu compromís amb l'Uni Girona, que aleshores havia de disputar la tornada dels setzens de final de l'Eurocup a Fontajau, penjant una fotografia amb la samarreta de l'equip.

A banda de l'àmbit professional, és la família i, en menor mesura els amics, qui guanya importància al perfil de Marc Muniesa. El seu fill Pau és el protagonista en tres publicacions: en una apareix sol cobert de paper de vàter, en una altra amb els seus pares i en la darrera només amb el futbolista, envoltats de llums nadalenques. La seva parella, a banda de la instantània mencionada anteriorment, apareix en una altra fotografia, en què el defensa gironí desitja un bon any 2018 als seus seguidors. En l'única imatge on no apareix la seva família o algun distintiu del seu club és la primera fotografia de l'any, en què Muniesa està acompanyat dels seus amics Marc Bartra i Sergi Roberto, davant de la catedral de Girona.

Marc Muniesa és, d'entre els futbolistes analitzats, dels que més idiomes empra a l'hora de comunicar-se amb els seus seguidors a la xarxa social: anglès, català, castellà i, fins i tot, emoticones. En el cas dels anuncis de partits, tant del Girona com de l'Uni Girona de bàsquet, Muniesa empra el català per dirigir-se al seu públic. En canvi, quan vol expressar una frase motivacional ho fa en anglès. I és que recordem que el futbolista pertany a l'Stoke City de la Premier League, on ha jugat diverses temporades, i per tant té aficionats i seguidors a Anglaterra.

Marc Muniesa es va acomiadar de l'any 2017 d'una manera més discreta que d'altres futbolistes analitzats com Xavi Simons o Jordi Mboula. El defensa de Lloret de Mar va penjar una instantània assegut sobre una pilota a la gespa de Montilivi en què agràia, en anglès, català i castellà, el suport rebut durant l'any i, a més, desitjava un 2018 ple d'amor i felicitat per tothom.

Les publicacions del futbolista gironí no acostumen a superar els 5.000 *likes* a Instagram. Només la del dia d'Any Nou, acompanyat de Bartra i Sergi Roberto, va aconseguir 7.773 *likes*. La resta, però, oscil·len entre els 2.500 i 3.500 *m'agrada*. Muniesa té 200.000 seguidors a Instagram.

Pel que fa a les *stories*, val a dir que 12 de les 21 publicacions efímeres que va realitzar Marc Muniesa són vídeos. Com acostuma a ser una norma entre els futbolistes, el defensa gironí emprava aquesta mena de publicacions per allunyar-se del futbol i mostrar el seu costat més familiar. El seu fill, com a les publicacions del seu perfil, pren un gran protagonisme i és habitual veure vídeos de pare i fill estirats al sofà fent ximpleries.

El futbolista també mostra interioritats de la seva vida quotidiana, com l'arxiconegut futbolí del vestuari del Girona, companys d'equip com Pere Pons i Eloi Amagat durant un sopar, votant a les eleccions del Parlament de Catalunya del passat 21 de desembre o anant a veure l'Uni Girona a Fontajau. A més, a través de les *stories* també felicita el seu amic Marc Bartra. Muniesa, a més, afegeix text i dissenys originals a les seves *stories*. També la ubicació, com per exemple del Restaurant Nu o de Lloret de Mar, el seu poble natal.

4.8 Marc Bartra

Entre el 15 de gener de 2017 i el 15 de gener de 2018, Marc Bartra va realitzar un total de 16 publicacions, incloent-hi vídeos i àlbums de fotografies. D'altra banda, va penjar fins a 46 *stories*, també combinant tot tipus de formats. Cal remarcar, però, que durant el període estudiat, el defensa català jugava al Borussia Dortmund de la Bundesliga alemanya, però a finals de gener, durant el mercat d'hivern, Bartra va fitxar pel Betis, on juga actualment.

El jugador de Sant Jaume dels Domenys acumula gairebé sis milions de seguidors a Instagram i, per tant, és el tercer classificat en aquesta faceta

d'entre els futbolistes estudiats. I és que Bartra, a més de jugar quatre temporades al primer equip del Barça, ha estat dos anys a la lliga alemanya i, fins i tot, ha estat internacional amb la selecció espanyola. Per tant, als 27 anys i havent reunit aquest bagatge, Bartra ha assolit molta notorietat.

És per això que les seves fotografies oscil·len entre els 90.000 i els 250.000 *likes*. Encara que hi ha diverses excepcions. Com per exemple la fotografia en què anuncia que serà pare per segon cop, amb una imatge de la seva parella embarassada, que va aconseguir 402.781 *likes*.

En relació amb la dada anterior, Marc Bartra va fer servir un total de quatre idiomes en les seves publicacions: alemany, anglès, català i castellà. L'alemany, però, només el va emprar quan va realitzar una publicació relacionada amb el seu club. En canvi, els altres tres idiomes els utilitzà indistintament.

La família i els amics prenen més importància que el Borussia Dortmund en l'Instagram de Marc Bartra. Són sis les publicacions en què apareix algun membre de la seva família o bé algun amic seu. Pel que fa a la família, es mostra en tres ocasions: en la fotografia anteriorment mencionada on anuncia la seva segona paternitat, en una altra imatge de la seva parella embarassada i en un restaurant dinant amb la seva mare i el seu germà. Marc Bartra també va penjar tres instantànies acompanyat de diversos amics, com el pilot de Moto GP, Aleix Espargaró. En una altra, Sergio Busquets i la seva parella apareixen amb Bartra i Melissa Jiménez a Disneyland París, aprofitant els dies de vacances de Nadal. Per últim, el defensa del Borussia Dortmund amb Sergi Roberto i Marc Muniesa a Girona, una fotografia ja mencionada en l'anàlisi del futbolista del Girona.

El Borussia Dortmund és present en quatre imatges al perfil del central del Baix Penedès. En la primera d'elles sosté un nen aficionat del club alemany. En la segona, del 19 de desembre, felicita el Borussia Dortmund pels 108 anys d'història. En la tercera, en forma d'àlbum, Bartra fa un recull de tres imatges resumint el partit de la pretemporada d'hivern davant el Fortuna Düsseldorf que va disputar el seu equip a La Línea de la Concepción. En l'última d'elles anunciava el retorn de la Bundesliga, amb un vídeo del gol que

va anotar a la primera volta davant el mateix rival d'aquell diumenge, el Wolfsburg. Aquella diana, a més, va tenir una dedicatòria molt especial: les víctimes de l'atemptat terrorista que van patir Barcelona i Cambrils el 17 d'agost.

Però Marc Bartra també empra el seu perfil amb finalitats publicitàries. En una de les últimes fotografies analitzades, el penedesenc llueix unes botes de futbol de la marca esportiva que el vesteix, Puma. I el compte d'Instagram 'Pumafootball' és qui patrocina la publicació.

A més, Bartra també va utilitzar la xarxa social per fer-se ressò de l'anunci de la retirada del futbol de Víctor Valdès, amb qui va coincidir en la seva etapa al Barça. Aprofitant l'avinentesa, el jugador va penjar quatre instantànies en què apareix al costat del exporter blaugrana, celebrant una lliga al vestidor, en un avió o sobre el terreny de joc.

Com és habitual entre els futbolistes, acostumen a utilitzar les *stories* per manifestar les seves activitats de la vida quotidiana i acostar-se als seus seguidors. I Marc Bartra no és una excepció. L'aleshores central del Borussia Dortmund empra les *stories* per immortalitzar molts moments de les seves activitats diàries: jugar al FIFA 18 de la Play Station a casa, una posta de sol a Barcelona, amb la seva parella, visites que rep dels seus amics a casa, què dina o moments de les vacances a Disneyland París.

És evident que Bartra és un gran coneixedor de l'aplicació, ja que li sap treure un gran rendiment. 23 de les 43 *stories*, exactament la meitat, són vídeos i dos d'ells són *boomerangs*. El futbolista català també afegeix text i emoticones a les *stories*, a més de combinar la càmera normal i la frontal i, fins i tot, s'atreveix a jugar amb els nous filtres amb què Instagram actualitza l'aplicació.

Com a les publicacions, Marc Bartra dedica un petit espai per a la publicitat a les seves *stories*. Va mencionar en dues ocasions el compte d'Instagram de @Pumafootball mentre lluïa roba d'aquesta marca esportiva. També va mencionar el compte de @Balr, una marca de roba, que li va fer un regal i el va obrir en directe pels seus seguidors.

Entre altres activitats, Bartra va felicitar el seu company d'equip, Raphael Guerreiro, el seu company de selecció, Koke, o el seu germà, pels seus aniversaris. L'ex del Barça també va ensenyar com era una signatura d'autògrafs, on compartia espai amb altres companys d'equip, des del seu punt de vista.

4.9 Gerard Piqué

Gerard Piqué, amb 16,3 milions de seguidors, és un dels futbolistes amb més *followers* del món. Durant el període analitzat, comprès entre el 15 de desembre i el 15 de gener, el defensa català del Barça va realitzar 14 publicacions. D'altra banda, va penjar 38 Instagram *stories*.

És impossible parlar de l'Instagram de Gerard Piqué sense mencionar The Players' Tribune (TPT), que va ocupar set de les 14 publicacions. En paraules del mitjà, TPT és un nou mitja de comunicació que proveeix els esportistes d'una plataforma per connectar directament amb els aficionats, amb les paraules dels mateixos atletes. A través de vídeos, *podcasts*, vídeo-sèries i altres formats, The Players' Tribune ofereix una manera més propera que mai d'apropar-se als esports que més estimen.

I és que Gerard Piqué, a més de ser un dels precursors d'aquesta idea desenvolupada per Derek Jeter, és un dels col·laboradors més actius, ja que s'han publicat les entrevistes del central barceloní a Neymar Jr, Luis Suárez, Javier Mascherano i, més recentment, a Gianluigi Buffon. Però encara està pendent de publicar-se una entrevista que va realitzar a Leo Messi.

I és que durant el període estudiat, Gerard Piqué va comunicar que formava part d'aquest projecte. Per això, les quatre primeres publicacions, totes elles entre el 16 i el 17 de desembre, van tenir a veure amb TPT. La primera d'elles va ser un vídeo promocional de la sèrie d'entrevistes que s'anirien publicant escalonadament. En ell apareixien, en una concentració de la selecció espanyola, Marc Bartra, Sergio Busquets, Jordi Alba, i, sols amb Piqué, Neymar Jr, Luis Suárez i Leo Messi, en petits fragments de les entrevistes. A continuació, Gerard Piqué va penjar tres fotografies gairebé de forma consecutiva: una amb Neymar Jr, una altra amb Leo Messi i la darrera

amb Luis Suárez, totes elles amb el mateix text: “Piqué + coming soon”. És a dir, promocionava les entrevistes i convidava els seus seguidors a mirar-la quan es publicués.

Però la participació de The Players’ Tribune a l’Instagram de Gerard Piqué no acaba aquí. El dia 27 de desembre, el central català va anunciar la publicació de la primera entrevista, la de Neymar Jr, excompany d’equip i actual jugador del PSG francès. Per promocionar-lo, Piqué va publicar un breu vídeo, mentre que al text explicava que l’enllaç de l’entrevista sencera estava al seu perfil d’Instagram. I el mateix va realitzar l’endemà, el 28 de desembre, però amb un altre *teaser* diferent de l’entrevista. Per últim, el 15 de gener, Piqué va comunicar la publicació de l’entrevista amb l’uruguaià Luis Suárez, company seu al Barça. Per fer-ho, fa seguir la mecànica: *teaser* de l’entrevista i enllaç del vídeo sencer a la seva biografia.

Les altres set publicacions que va realitzar Gerard Piqué no estaven relacionades amb TPT. En dues d’elles apareix algun distintiu del Barça. I és que el dia 23 de desembre es va disputar el Clàssic Real Madrid – Barça al Santiago Bernabéu, en què els blaugranes van vèncer per 0-3. Per celebrar-ho, Gerard Piqué va penjar una fotografia de la celebració d’un dels gols de la tarda. El mateix dia, però gairebé de matinada, Piqué va pujar una imatge de tres ampolles de vi, exhibint la celebració de la victòria. Dos dies abans, el central va publicar una instantània durant una sessió d’entrenament.

Les altres quatre fotografies tenen a veure amb l’àmbit privat i familiar. Tres d’elles es van publicar mentre Piqué gaudia d’uns dies de vacances, que els va aprofitar a Nova York. Fins i tot va poder anar a veure un partit de la NBA entre els New York Knicks i els Philadelphia 76ers i conduir un 4x4 per la neu.

Gerard Piqué no va acomiadar l’any de cap manera especial, sinó que es va limitar a publicar una fotografia juntament amb la seva parella Shakira i els seus dos fills per desitjar una bona entrada d’any als seus seguidors. L’última fotografia analitzada és una instantània familiar amb Shakira.

Com s’ha mencionat anteriorment, Gerard Piqué és un dels futbolistes més famosos del món. I és que ha jugat en dos dels equips amb més aficionats

del planeta: el Manchester United i el Barça. A més, és un internacional habitual amb la selecció espanyola, així que té seguidors de totes les parts del món. Per aquest fet, no sorprèn que en 12 de les 14 publicacions es dirigeixi al seus seguidors en anglès. Només en dues d'elles, les que tenen relació amb el Barça, les escriu en castellà o català.

Les publicacions del defensa català oscil·len entre els 200.000 i 600.000 *likes*. Els vídeos dels *teasers* de les entrevistes, però, van obtenir més d'un milió de visualitzacions. Però la fotografia amb més reaccions positives va ser la que va penjar Gerard Piqué acompanyat de Shakira, en què ambdós anaven perfectament conjuntats de color negre i vermell.

Pel que fa a les seves *stories*, The Players' Tribune continua tenint una gran importància, ja que va aparèixer en 13 de les 38 publicacions efímeres que va realitzar Gerard Piqué. En vídeos més curts que les publicacions, d'un màxim de 15 segons, són presents diversos *teasers* de les entrevistes amb Neymar Jr i Luis Suárez.

Però a banda de la promoció de TPT, el central barceloní també ensenya detalls de la seva vida quotidiana en les seves *stories*: des del sopar d'empresa de la seva organització, Kerad Games, fins a fotografies a l'autocar del club, a la cavalcada de Reis o jugant amb els diferents filtres que ofereix Instagram.

A més, a través d'aquest tipus de publicació, Gerard Piqué va retransmetre les seves vacances de Nadal gairebé en directe. Va visitar Nova York i va immortalitzar el que va sopar, els focs d'artifici de Cap d'Any i els dos esdeveniments esportius que va anar a veure al Madison Square Garden: un partit de la NBA dels New York Knicks i un de la NFL dels New York Rangers.

4.10 Cristiano Ronaldo

Cristiano Ronaldo és el jugador de futbol amb més seguidors a Instagram (127 milions) i el que més *followers* acumula sumant, a més, Twitter i Facebook. Per tant, com comprovarem més endavant, el davanter del Real Madrid és molt més que un futbolista: és una marca.

En el mes analitzat, Cristiano Ronaldo va penjar 35 publicacions a l'aplicació, més que cap altre futbolista estudiat. En canvi, les Instagram *stories* gairebé no les va utilitzar. En va penjar només dues, ja al final del període investigat.

Les cinc primeres fotografies tenen relació amb el seu club i en totes elles es mostra algun distintiu del Real Madrid. I és que el dia 16 de desembre l'equip madrileny va guanyar el Mundial de Clubs davant el Gremio de Porto Alegre. El dia abans, el portuguès havia penjat una instantània rematant de cap durant un entrenament. El dia de la final i els dos dies posteriors, Cristiano es va dedicar a penjar imatges de la celebració del títol, aixecant el trofeu amb els seus companys, tot sol al vestidor, amb el seu fill gran o amb Marcelo i Zidane.

El Real Madrid apareix en quatre fotografies més al perfil de Cristiano. En dues d'elles, la imatge és gairebé la mateixa, ja que tota la plantilla surt plegada per immortalitzar el moment: en la prèvia del Clàssic davant el Barça i en l'entrenament de portes obertes abans de Cap d'Any. En les altres dues, Cristiano es mostra sol durant dos entrenaments de començaments de gener.

Un altre fet destacable al perfil de Cristiano Ronaldo és la celebració de la 'Gala CR7', creada pel mateix jugador per homenatjar l'any 2017, en què el portuguès va guanyar la Lliga, la Champions League, la Supercopa d'Espanya i d'Europa, el Mundial de Clubs i, a nivell individual, la cinquena Pilota d'Or i el 'The Best' de la FIFA.

Fins a sis publicacions, totes fotografies, fan referència a aquesta gala, que es va celebrar el dia 27 de desembre. En totes elles, a excepció d'una on només apareix la seva mare, surt Cristiano Ronaldo. Primer amb la seva família, després només amb la seva parella Georgina, amb el cantant Prince Royce, que va actuar a la gala, o acompanyat de Rita Ferro, una amiga i periodista portuguesa. El futbolista també va voler celebrar l'aniversari de la seva mare i va publicar una fotografia de la seva mare saludant a la càmera en un avió. A més, l'atacant del Madrid també va mostrar la celebració a casa seva, un cop més acompanyat de la seva família.

Quant al Cap d'Any, Cristiano Ronaldo el va passar a la seva terra natal, Madeira, i va penjar un vídeo dels focs d'artifici que va presenciar. L'endemà, encara a Madeira, va publicar una imatge seva envoltat dels trofeus individuals –cinc Pilotes d'Or, quatre Botes d'Or, tres premis a millor jugador de la UEFA, dos 'The Best' de la FIFA i un FIFA World Player– amb un missatge on relatava que mai no s'hagués imaginat que un dia es podria fer aquesta fotografia.

Cristiano Ronaldo també exhibeix al seu perfil d'Instagram la seva participació en una campanya de donació de sang, anomenada 'Be The 1 Donor'. A més, afegeix l'enllaç a la publicació per promocionar la campanya i facilitar que tots els seus seguidors puguin accedir a la informació necessària per donar sang. D'altra banda, també va publicar una fotografia donant sang per aquesta campanya.

Un altre tret característic del perfil d'Instagram de Cristiano Ronaldo és la quantitat d'imatges patrocinades que va penjar entre el 15 de desembre de 2017 i el 15 de gener de 2018. Fins a set fotografies van seguir aquest patró. Sis d'elles són fotografies, on el futbolista portuguès apareix sol. Les marques que el patrocinen són 'Cristiano Ronaldo Fragance' (la seva colònia), 'Egyptian Steel', 'CR7 Limitless' (la marca de roba del jugador), 'Herbalife', 'Pestana CR7' (la cadena hotelera del futbolista) i 'Nike' (la marca que el vesteix). Només 'CR7 Limitless' és present dos cops, mentre que a l'única on no es mostra la cara del portuguès és la patrocinada per 'Nike', ja que el que es promociona són unes sabatilles esportives.

Quant a l'idioma emprat, l'anglès és el dominant, ja que és present en 17 de les 35 publicacions. En segon lloc, Cristiano Ronaldo utilitza les emoticones en nou ocasions. Sis són les publicacions escrites en portuguès, que són bàsicament en què el jugador del Real Madrid es troba amb la família. També utilitza el seu idioma nadiu per emetre el missatge d'Any Nou amb tots els trofeus individuals. Per últim, el castellà només l'utilitza en tres fotografies.

La notorietat de Cristiano Ronaldo és excepcional. Les seves fotografies oscil·len entre els tres i quatre milions de *likes*. La fotografia amb més *m'agrada* és amb el seu fill celebrant el títol del Mundial de Clubs a la gespa de l'estadi d'Abu Dabi, que va rebre 6.109.192 *likes*.

Pel que fa a les Instagram *stories*, Cristiano Ronaldo només en va penjar dues durant el període analitzat. I les dues patrocinades, per 'CR7 Limitless' o per Nike, lluint les mateixes sabatilles esportives que en la publicació abans mencionada.

5. CONCLUSIONS

L'objectiu principal d'aquest treball era esbrinar de quina manera els futbolistes professionals utilitzen la xarxa social Instagram, mitjançant l'anàlisi, durant un mes, de l'activitat de deu futbolistes a l'aplicació.

Abans d'entrar a valorar si la hipòtesi de la qual partia aquest treball es confirma o es desmenteix, cal destacar, de forma general, l'existència de forces eixos comuns entre els perfils dels futbolistes analitzats. Hi ha factors que es repeteixen al llarg de les anàlisis i, per tant, podem concloure que tots ells comparteixen un marc genèric.

La hipòtesi principal d'aquest estudi partia de què els jugadors amb més seguidors a Instagram utilitzen l'aplicació per fer créixer la seva imatge corporativa, la seva marca personal, promocionar roba esportiva o projectes personals es confirma rotundament.

Com s'ha explicat anteriorment, existeix un patró diferent entre la manera d'utilitzar Instagram entre els futbolistes estudiats. I en aquest punt podem concloure que existeixen dues categories. En una estan els jugadors més famosos i, per tant, amb més seguidors, que són Cristiano Ronaldo, Gerard Piqué i Marc Bartra. Els tres superen els cinc milions de *followers* –12,7 milions, 16,3 i 5,9, respectivament– i l'ús que li donen a l'aplicació és diferent del de l'altre grup, format per la resta dels futbolistes a excepció de Xavi Simons, que és un cas independent.

En el cas dels futbolistes anteriorment esmenats és molt clar. Cristiano Ronaldo inunda el seu Instagram amb publicacions patrocinades, tant per la

seva cadena hotelera, marca de roba o fragància. I és que el salari base del portuguès al Real Madrid és molt inferior als ingressos que acaba obtenint al cap de l'any en conceptes de publicitat i màrqueting. Es comprova que la seva imatge corporativa és realment important i explota totes les possibilitats.

Gerard Piqué no té cap fotografia promocionada, però la publicitat que fa de 'The Player's Tribune' (TPT) és notòria. A través de vídeos i fotografies, el jugador del Barça comunica als seus seguidors l'existència d'aquest mitjà de comunicació en què participa. I la presència de TPT al seu perfil és extraordinària. Pel que fa a Marc Bartra, tot i que en menor grau, també utilitza el seu Instagram amb una voluntat publicitària. La marca que el vesteix, Puma, li promociona diverses publicacions, i utilitza les stories per donar visibilitat a una altra de marca de roba que li regala unes sabatilles esportives.

En canvi, els futbolistes amb menys seguidors a l'aplicació, que guanyen un molt bon sou com a futbolistes professionals però es troben en una dimensió diferent dels tres casos anteriorment explicats, s'apropen als seus seguidors mitjançant les seves publicacions. La presència de la família en el cas d'Andreu Fontàs, d'Iker Muniain o Marc Muniesa és evident. I tracten de fer participants els seguidors de les seves activitats quotidianes. Gerard Moreno, per exemple, es deu als seus *followers* del seu equip, l'Espanyol, que apareix en la pràctica totalitat de les seves fotografies.

D'altra banda, hi ha dos patrons que es repeteixen en gairebé tots els casos. En primer lloc, que les Instagram stories serveixen per conèixer detalls de la vida quotidiana que molts cops són desconeguts pel públic en general. Què dinen els futbolistes, amb qui, on dormen la migdiada o com són els vestidors dels estadis són dubtes que resolen els jugadors en les seves publicacions efímeres. Pretenen, per tant, acostar-se als seus seguidors i aportar-los quelcom positiu. A més, no s'abstenen de mostrar el seu costat més humorístic, ja que juguen amb els filtres de l'aplicació o bé fan bromes entre els companys d'equip.

El segon patró és la publicació celebrant l'Any Nou. Com hem comprovat, cada futbolista ho fa a la seva manera –amb un vídeo de

fotografies, penjant moltes stories, amb un muntatge, etc.—. Però cap d'ells se n'oblida d'acomiadar el 2017 i donar-li la benvinguda el 2018.

El vers lliure de l'anàlisi és Xavi Simons. El cadet del Barça, amb només 14 anys, és un fenomen d'Instagram que ja acumula més d'un milió de seguidors. No existeix un precedent o un cas semblant en el futbol català i espanyol. El migcampista de la Masia manifesta la seva joventut, tot i tenir un equip de comunicació al darrere. A les stories publica el que està fent, en alguns casos fins i tot a través de Directes d'Instagram, en què es relaciona en temps real amb els seus *followers*. A més, és l'únic que fa publicacions únicament per agrair el suport dels seus seguidors.

Per acabar, queda palès que no podem establir un patró general ni encasellar cada futbolista amb un tipus determinat d'usuari d'Instagram, però aquest estudi sí que permet una aproximació a les diferents possibilitats que ofereix Instagram quan els futbolistes fan ús de l'aplicació. És evident que no podem extrapolar els resultats que se n'han derivat d'aquesta investigació a tots els futbolistes del planeta, però són una mostra suficient per a oferir una perspectiva fidel a la realitat.

De cara a una futura recerca, seria interessant ampliar el ventall de futbolistes a analitzar, com per exemple enfocat cap al futbol femení, cada cop més professionalitzat, per comprovar si existeix o no una diferència entre homes i dones futbolistes en la utilització d'Instagram.

6. BIBLIOGRAFIA

Llibres

- Moreno, M., (2014). *El gran libro del Community Manager: técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media*. Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Moreno, M., (2015). *Cómo triunfar en las redes sociales*. Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Mejía Llano, J. C., (2013). *La guía del Community Manager. Estrategia, táctica y herramientas*. Madrid, Anaya.
- González, P. (2017). *Instagram, ¡Mucho más que fotos!*. Madrid, Anaya.

Articles

- Cantarero, L. (2001). *El futbolista como construcción sociocultural*. Páginas 93-104. Madrid, España.

Estudis

- The Social Media Family (2018). *IV Informe del uso de la redes sociales en España: Facebook, Twitter e Instagram*.

Webgrafia






- Ibarra, Y. (23/5/2018). Instagram añade al fin la opción de silenciar perfiles. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/05/23/instagram-anade-fin-una-opcion-silenciar-perfiles-sin-dejar-seguirlos/>
- Ibarra, Y. (16/5/2018). Instagram avisará a los usuarios del tiempo que pasan en la app. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/05/16/instagram-avisara-los-usuarios-del-tiempo-pasan-empleando-la-app/>

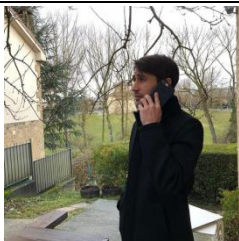



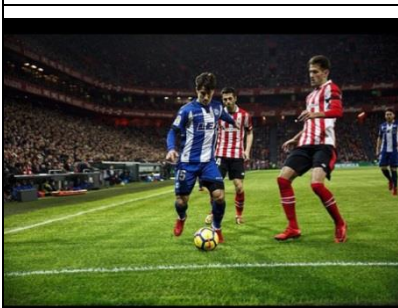
- Moreno, M. (2/4/2018). Los GIF vuelven a las Instagram Stories. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/04/02/los-gif-vuelven-a-las-instagram-stories/>
- Redacció (5/2/2017). La historia detrás de Instagram. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/02/05/la-historia-detras-instagram-infografia/>
- Ibarra, Y. (2/2/2018). Instagram ya permite incluir varios tipos de letra en las Stories. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/02/02/instagram-ya-permite-incluir-varios-tipos-letra-las-stories/>
- Ibarra, Y. (31/1/2018). ¡Importante! Instagram ya permite programar publicaciones. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2018/01/31/instagram-permite-programar-publicaciones-desde-la-app/>
- Ibarra, Y. (28/12/2017). Instagram ya muestra publicaciones recomendadas a todos los usuarios. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/12/28/instagram-ya-muestra-publicaciones-recomendadas-todos-los-usuarios/>
- Moreno, M. (12/12/2017). Instagram ya permite seguir hashtags. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/12/12/instagram-ya-permite-seguir-hashtags/>
- Ibarra, Y. (6/12/2017). Instagram ya no borra las Stories: así funciona el archivo y los Highlights. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/12/06/instagram-ya-no-borra-las-stories-asi-funciona-archivo-los-highlights/>
- Redacció. (14/11/2017). Los 10 deportistas con más seguidores en Instagram. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/11/15/los-10-deportistas-mas-seguidores-instagram/>
- Moreno, M. (4/10/2017). Instagram ahora permite hacer encuestas en las Stories. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/10/04/instagram-ahora-permite-encuestas-las-stories/>

- Ibarra, Y. (26/9/2017). Instagram supera los 800 millones de usuarios. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/09/26/instagram-supera-los-800-millones-usuarios/>
- Redacció. (5/8/2017). 10 cosas curiosas que puedes hacer en Instagram Stories. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/08/05/10-cosas-curiosas-puedes-instagram-stories/>
- Moreno, M. (24/6/2017). Instagram supera los 700 millones de usuarios. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/04/26/instagram-supera-los-700-millones-usuarios/>
- C. Hungría, C. (21/6/2017). Cómo utilizan Instagram los futbolistas. *TreceBits*. Disponible a <https://www.trecebits.com/2017/06/21/utilizan-instagram-los-futbolistas/>
- Jeter, D. (2014). *The Players' Tribune*. Disponible a <https://www.theplayerstribune.com/en-us>
- (Sense data). Cristiano Ronaldo. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/cristiano-ronaldo/profil/spieler/8198>
- (S. d.). Gerard Piqué. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/gerard-pique/profil/spieler/18944>
- (S. d.). Marc Bartra. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/marc-bartra/profil/spieler/99922>
- (S. d.). Jordi Mboula. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/jordi-mboula/profil/spieler/331498>
- (S. d.). Marc Muniesa. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/marc-muniesa/profil/spieler/74228>
- (S. d.). Gerard Moreno. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/gerard-moreno/profil/spieler/177467>
- (S. d.). Bojan Krkic. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/bojan-krkic/profil/spieler/44675>
- (S. d.). Andreu Fontàs. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/andreu-fontas/profil/spieler/65237>
- (S. d.). Iker Muniain. *Transfermarkt*. Disponible a <https://www.transfermarkt.es/iker-muniain/profil/spieler/54235>

- (S. d.). Cristiano Ronaldo. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/cristiano/>
- (S. d.). Gerard Piqué. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/3gerardpique/>
- (S. d.). Marc Bartra. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/marcbartra/>
- (S. d.). Jordi Mboula. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/jmboula/>
- (S. d.). marc Muniesa. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/muniesa/>
- (S. d.). Gerard Moreno. *Instagram*. Disponible a https://www.instagram.com/gerard_moreno/
- (S. d.). Bojan Krkic. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/bokrkic/>
- (S. d.). Andreu Fontàs. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/afontas3/>
- (S. d.). iker Muniain. *Instagram*. Disponible a <https://www.instagram.com/ikermuniain10/>

7. ANNEXOS

Andreu Fontàs	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Fontàs, amb dos jugadors del Celta, visitant un hospital	Sí	Companys d'equip	Castellà	2.233
	2	FOTO. La plantilla del Celta, celebrant un triomf al vestidor	Sí	Companys d'equip	Castellà	3.304
	3	FOTO. Fontàs, amb la parella i la filla	No	Família	Anglès	3.686
	4	FOTO. Recull de fotografies del 2017	Sí	Família i companys d'equip	Castellà	2.886
	5	FOTO. Fontàs, amb la parella i la filla	No	Família	Anglès	3.073

Fotografia	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Bojan, trucant per telèfon per donar diners a La Marató	No	Sol	Català	9.682
	2	FOTO. Bojan amb la samarreta de l'Alavés anunciant el proper partit	Sí	Sol	Castellà	5.990
	3	FOTO. Bojan desitjant bones vacances de Nadal	No	Sol	Castellà català i anglès	14.112
	4	VÍDEO. Repàs de l'any amb fotografies i vídeos amb veu en off del jugador i una cançó de Txarango	Sí	Sol, amb amics, companys de feina i família	Castellà català i anglès	21.246
	5	FOTO. Bojan, durant un partit contra l'Athletic Club	Sí	Sol	Castellà	10.289




	6	FOTO. Bojan, en un restaurant	No	Sol	Castellà i anglès	14.563
---	---	--	----	-----	----------------------	--------

Gerard Moreno	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Moreno, durant un entrenament	Sí	Sol	Castellà	2.118
	2	FOTO. Els jugadors de l'Espanyol celebren un gol d'aquesta temporada	Sí	Companys d'equip	Castellà	2.230
	3	ÀLBUM (3 fotos). Moreno realitza una campanya solidària	Sí	Sol	Castellà	2.551
	4	FOTO. Els jugadors de l'Espanyol celebren la darrera victòria de l'any	Sí	Companys d'equip	Castellà	3.605
	5	FOTO. La filla de Gerard Moreno	No	Família	Castellà	2.494
	6	FOTO. La filla i la parella de Gerard Moreno en un paisatge nevat	No	Família	Emoticones	1.643




	7	FOTO. Moreno, durant un entrenament amb Javi López	Sí	Companys d'equip	Castellà	1.783
	8	FOTO. El jugador, la parella i la filla desitgen felicitat any nou	No	Família	Castellà	2.653
	9	FOTO. Moreno, durant un entrenament	Sí	Companys d'equip	Castellà	3.369
	10	FOTO. Moreno celebrant un gol amb l'Espanyol	Sí	Companys d'equip	Castellà	2.385
	11	FOTO. Els jugadors de l'Espanyol celebren un triomf al vestidor	Sí	Companys d'equip	Castellà	3.149





	12	FOTO. Gerard Moreno, amb la seva parella	No	Família	Castellà	2.918
	13	FOTO. Moreno, durant un partit de Copa	Sí	Sol	Castellà	5.048
	14	FOTO. Els jugadors de l'Espanyol celebren la classificació a quarts de Copa	Sí	Companys d'equip	Castellà	5.048
	15	FOTO. Moreno celebra un gol amb Sergi Darder	Sí	Companys d'equip	Castellà	2.843
	16	FOTO. Moreno, durant un partit d'aquesta temporada	Sí	Sol	Castellà	3.619

Jordi Mboula	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Mboula, a un carrer d'Andorra	No	Sol	Emoticons	7.021
	2	FOTO. Mboula en un entrenament	Sí	Sol	Francès	6.776
	3	ÀLBUM. 3 fotografies de diversos moments futbolístics de l'any	Sí	Companys d'equip	Castellà	9.623
	4	FOTO. Mboula amb diversos jugadors més del Mònaco	Sí	Companys d'equip	Francès	5.763
	5	FOTO. Mboula riu durant un entrenament	Sí	Sol	Francès	10.064

Iker Muniain	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Muniain, de capità, durant un partit	Sí	Sol	Castellà	13.801
	2	FOTO. Munian amb el seu fill bufant les espelmes	No	Família	Castellà	11.974
	3	FOTO. Muniain, la parella i el seu fill desitgen bones festes	No	Família	Castellà	15.541
	4	FOTO. Muniain, posant el dia de Nadal	No	Sol	Castellà	9.839
	5	FOTO. La bota de Munian amb controlant una pilota	No	Sol	Castellà	10.413
	6	ÀLBUM - VÍDEO. El jugador fa sessions de recuperació del genoll	No	Sol	Castellà	11.932

	7	FOTO. Muniain, la parella i el fill desitgen feliç 2018 a casa	No	Família	Castellà	12.366
	8	FOTO. Muniain, sense samarreta a Bilbao	No	Sol	Castellà	15.422
	9	VÍDEO. Muniain, xutant a porteria a càmera lenta	No	sol	Castellà	69.107
	10	FOTO. El jugador participant en el programa televisiu 'Dani y Flo'	No	Amics	Castellà	10.468
	11	FOTO. Muniain, sostenint una pilota durant una sessió d'entrenament	Sí	Sol	Castellà	13.633


Xavi Simons	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Simons, somrient durant un partit d'aquesta temporada	Sí	Sol	Anglès	87.978
	2	FOTO. Simons agraeix el suport dels seus 800.000 seguidors	No	Sol	Anglès	55.561
	3	FOTO. Simons, amb el seu germà, posant per la fotografia	No	Família	Anglès	103.091
	4	FOTO. Simons, de vacances a Surinam	No	Sol	Anglès	74.759
	5	FOTO. Simons, a una cascada assegut	No	Sol	Anglès	134.636
	6	FOTO. Simons, a Surinam, col·laborant amb una entitat benèfica	No	Nens d'una escola	Anglès	57.104







	7	VÍDEO. Simons llençant-se en una tirolina	No	Sol	Anglès	193.788
	8	VÍDEO. Simons i uns amics jugant a fut-volei	No	Amics	Anglès	580.332
	9	BOOMERANG .Video curt on apareix Simons fent tocs	No	Sol	Anglès	522.884
	10	FOTO. Simons durant un partit de la present temporada	Sí	Sol	Anglès	126.110







Marc Muniesa	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Muniesa arriba a Montilivi amb l'equip	Sí	Sol	Anglès	3.064
	2	FOTO. Montilivi fent un mosaic durant un partit de lliga	No	Espectadors	Català	3.110
	3	FOTO. Muniesa amb el davanter del Girona Christian Stuani	Sí	Companys d'equip	Castellà	4.941
	4	FOTO. Muniesa, en el dinar de Nadal del club	No	Companys d'equip	Català i castellà	2.957
	5	FOTO. El fill de Muniesa, amb paper de vàter	No	Família	Emoticones	4.871
	6	VÍDEO. Muniesa realitzant exercicis de recuperació	Sí	Sol	Anglès	28.590





	7	FOTO. Muniesa, la parella i la filla fent cagar el Tió	No	Família	Català	3.751
	8	FOTO. Muniesa i Alcalá al gimnàs del Girona	Sí	Companys d'equip	Castellà	2.865
	9	FOTO. Muniesa, sobre una pilota a Montilivi	Sí	Sol	Anglès, català i castellà	4.564
	10	FOTO. Muniesa i la seva parella celebren Cap d'Any	No	Família	Anglès	3.211
	11	FOTO. Muniesa amb Bartra i Sergi Roberto a Girona	No	Amics	Català	7.773

	12	FOTO. Muniesa i diversos membres del Girona visiten un hospital	Sí	Companys d'equip	Català	3.140
	13	FOTO. Muniesa durant un entrenament	Sí	Company d'equip	Anglès i castellà	2.933
	14	FOTO. Muniesa i el seu fill amb llums de Nadal	No	Família	Emoticones	3.480
	15	FOTO. Muniesa amb una samarreta de l'Uni Girona de bàsquet	No	Sol	Català	2.684
	16	FOTO. Muniesa i diversos companys d'equip en un entrenament	Sí	Companys d'equip	Català i anglès	2.827
	17	FOTO. Muniesa al vestidor del Girona celebrant una victòria de l'equip	Sí	Companys d'equip	Català i anglès	5.574



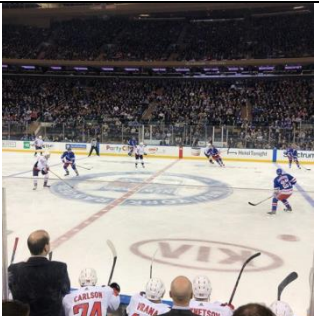


	18	FOTO. El fill de Muniesa a la pista de l'Uni Girona	Sí	Família	Català	5.556
--	----	--	----	---------	--------	-------


Marc Bartra	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Bartra, amb un nen aficionat del seu equip	Sí	Aficionat	Alemany	74.562
	2	FOTO. Muntatge d'imatges felicitant el Borussia pels 108 anys	Sí	Companys d'equip	Anglès i alemany	89.151
	3	FOTO. Bartra, amb el pilot Aleix Espargaró i el seu gos	No	Amics	Català	142.221
	4	FOTO. Bartra anuncia que serà pare per segon cop	No	Família	Castellà	402.781
	5	FOTO. Bartra felicita el Nadal amb una imatge de la seva parella	No	Família	Català i castellà	130.750
	6	FOTO. Bartra, amb algú disfressat de Jack Sparrow	No	Amics	Anglès	147.468

	7	FOTO. Bartra amb Busquets i les seves parelles a Disneyland de vacances	No	Amics i família	Castellà i anglès	235.331
	8	FOTO. Bartra fent de model per una marca de roba	No	Sol	Anglès	128.820
	9	FOTO. Bartra amb Muniesa i Sergi Roberto de vacances a Girona	No	Amics	Anglès	130.173
	10	FOTO. Bartra, en un restaurant amb el seu germà i la seva mare	No	Família	Català i castellà	93.938
	11	ÀLBUM. Bartra fa un homenatge a Víctor Valdés, que ha anunciat la seva retirada	No	Companys d'equip	Castellà i català	237.158
	12	ÀLBUM. Resum gràfic d'un partit de pre-temporada amb el seu equip	Sí	Companys d'equip	Anglès i castellà	83.140

	13	FOTO. Bartra, en un primer pla i sense samarreta	No	Sol	Castellà i alemany	147.951
	14	FOTO. Bartra promociona unes botes de la marca que el vesteix	No	Sol	Anglès	145.391
	15	VÍDEO. Un gol de Bartra al mes d'agost dedicat a les víctimes de l'atemptat a Barcelona	Sí	Companys d'equip	Castellà	440.221
	16	FOTO. Bartra agraint les felicitacions pel seu aniversari	No	Sol	Castellà i alemany	272.200






Gerard Piqué	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	VÍDEO. Promoció amb recopilatoris dels propers vídeos de Piqué per a 'The Players Tribune'	Sí	Companyys d'equip i amics	Anglès	1.488.212
	2	FOTO. Piqué, amb Neymar, promocionant l'entrevista amb el brasiler	No	Company de feina	Anglès	642.500
	3	FOTO. Piqué, amb Messi, promocionant l'entrevista amb l'argentí	Sí	Company d'equip	Anglès	529.820
	4	FOTO. Piqué, amb Suárez, promocionant l'entrevista amb l'uruguaià	No	Company d'equip	Anglès	249.785
	5	FOTO. El central del Barça en un entrenament	Sí	Companyys d'equip	Anglès	290.865
	6	FOTO. Els jugadors del Barça celebren un gol en el partit contra el Madrid	Sí	Companyys d'equip	Català i castellà	854.089






	7	FOTO. Unes ampolles de vi per celebrar la victòria davant el Madrid	No	No apareix	Castellà	254.744
	8	VÍDEO. Teaser de l'entrevista a Neymar	No	Company de feina	Anglès	1.302.658
	9	FOTO. Un partit de la NHL nord-americana a Washington	No	Altres	Anglès	176.279
	10	VÍDEO. Un altre teaser de l'entrevista amb Neymar	No	Company de feina	Anglès	1.335.187
	11	FOTO. Piqué amb la seva parella Shakira i els seus dos fills	No	Família	Anglès	1.110.335






	12	VÍDEO. Piqué amb un cotxe per la neu	No	Família	Anglès	876.197
	13	VÍDEO. Teaser de l'entrevista amb Luis Suárez	No	Company d'equip	Anglès	1.133.241
	14	FOTO. Piqué i la seva parella Shakira, abraçats	No	Família	Anglès	1.585.614






Cristiano Ronaldo	Ordre	Descripció	Escut del club	Companyia	Idioma	Likes
	1	FOTO. Ronaldo en una sessió d'entrenament	Sí	Companys d'equip	Anglès	2.966.418
	2	FOTO. Els jugadors del Madrid aixequen el Mundial de Clubs	Sí	Companys d'equip	Anglès	3.779.309
	3	FOTO. Ronaldo amb el seu fill i la medalla de campions	Sí	Família	Castellà	6.109.192
	4	FOTO. Ronaldo aixeca el trofeu de campions del Mundial de Clubs	Sí	Companys d'equip	Emoticones	4.273.363
	5	FOTO. Ronaldo, amb Marcelo i Zidane, celebrant el títol	Sí	Companys d'equip	Emoticones	3.131.370
	6	FOTO. Ronaldo, amb actors en un anunci publicitari	No	Altres	Anglès	1.909.705





	7	FOTO. Cristiano amb el títol del Mundial de Clubs a les mans	No	Sol	Emoticones	4.499.254
	8	FOTO. El portuguès anuncia la seva pròpia fragància	No	Sol	Anglès	4.218.799
	9	VÍDEO. Ronaldo protagonitza un spot publicitari d'Egyptian Steel	No	Altres	Anglès	4.869.377
	10	FOTO. Cristiano, de negre, posant	No	Sol	Emoticones	5.436.825
	11	FOTO. La plantilla del Madrid abans del Clàssic davant el Barça	Sí	Companys d'equip	Anglès	3.050.063

	12	FOTO. Ronaldo celebrant el Nadal amb la seva família	No	Família	Portuguès	4.536.792
	13	FOTO. Ronaldo amb tres dels seus fills al sofà	No	Família	Portuguès	5.850.705
	14	FOTO. El portuguès lluint un dels models de la seva marca	No	Sol	Anglès	3.665.792
	15	FOTO. Ronaldo envoltat de la seva família en la gala dels Premis CR7	NO	Família	Anglès	3.474.046
	16	FOTO. Ronaldo i la seva parella Georgina a la gala	No	Família	Emoticones	3.780.694

	17	FOTO. Ronaldo amb el cantant Prince Royce a la gala	No	Amics	Anglès	3.0663.835
	18	FOTO. Ronaldo amb el seu representant Jorge Mendes a la gala	No	Company de feina	Anglès	3.002.590
	19	FOTO. Ronaldo amb la periodista portuguesa Rita Ferro	No	Amics	Anglès	2.549.388
	20	FOTO. La mare de Cristiano Ronaldo en un moment de la gala	No	Família	Emoticones	1.964.469
	21	FOTO. Cristiano amb la seva família durant la gala	No	Família	Castellà	3.260.449

	22	FOTO. Ronaldo donant sang	No	Sol	Anglès	3.169.064
	23	FOTO. Ronaldo amb diversos companys en un entrenament	Sí	Companys d'equip	Emoticones	2.567.960
	24	FOTO. La mare de Ronaldo en un avió	No	Família	Portuguès	2.371.478
	25	FOTO. Cristiano celebrant l'aniversari de la seva mare amb la seva família	No	Família	Portuguès	3.177.354
	26	FOTO. Ronaldo amb la seva parella Georgina	No	Família	Emoticones	5.862.759

	27	VÍDEO. Els focs d'artifici de Madeira per cap d'any	No	Altres	Portuguès	10.722.280
	28	FOTO. Cristiano a Madeira amb els seus trofeus individuals	No	Sol	Portuguès	6.007.885
	29	FOTO. Cristiano, durant un anunci d'Herbalife	No	Sol	Anglès	3.328.554
	30	FOTO. Cristiano durant una sessió d'entrenament	Sí	Sol	Emoticones	3.472.195
	31	FOTO. Cristiano en una fotografia patrocinada per l'hotel del jugador a Lisboa	No	Sol	Anglès	3.752.707

	32	FOTO. El jugador al gimnàs de casa seva	No	Sol	Castellà	4.930.130
	33	FOTO. Cristiano Ronaldo durant una sessió d'entrenament	Sí	Sol	Anglès	3.695.079
	34	FOTO. Les sabatilles de Cristiano, en una altra publicació patrocinada	No	Sol	Anglès	2.595.577
	35	FOTO. Ronaldo amb una camisa de la seva marca de roba	No	Sol	Anglès	3.515.362