

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

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

Català:

Castellà:

Anglès

Índex

1. Introducció	3
2. Marc teòric.....	5
2.1. El nou paper dels mitjans de comunicació convencionals: la influència de les xarxes socials.....	5
2.2. Periodisme esportiu i xarxes socials: camí cap a una nova deontologia	9
2.3. Les xarxes socials com a fonts d'informació	13
2.4. L'esportista com a producte de màrqueting	15
3. Metodologia	17
3.1. Hipòtesis	19
3.2. Perfil dels entrevistats.....	20
3.3. Preguntes de l'entrevista	22
3.3.1. Preguntes pels periodistes.....	22
3.3.2. Preguntes per l'expert en comunicació, publicitat i màrqueting	24
3.3.3. Preguntes per l'esportista	25
3.4. Història i dades d'interès dels mitjans de comunicació analitzats.....	27
3.4.1. Sport.....	28
3.4.2. Mundo Deportivo	29
3.4.3. AS	30
3.4.4. Marca	31
3.4.5. Comparativa entre els quatre mitjans de comunicació	32
3.5. Perfil dels esportistes analitzats.....	33
4. Investigació de camp	37
4.1. Activitat i contingut dels esportistes a les xarxes socials	37
4.1.1. Leo Messi	38
4.1.2. Cristiano Ronaldo	42
4.1.3. Thomas Heurtel	45
4.1.4. Marc Márquez.....	47
4.1.5. Mireia Belmonte.....	50
4.1.6. Rafael Nadal	52
4.2. El ressò mediàtic dels esportistes als mitjans de comunicació.....	55
4.2.1. Sport.....	56
4.2.2. Mundo Deportivo	62

4.2.3. AS	68
4.2.4. Marca	74
4.3. La creació d'un nou gènere periodístic	80
4.4. La importància dels equips de comunicació en els esportistes d'elit.....	86
4.5. Un nou mercat a explotar	90
5. Conclusions	94
6. Bibliografia.....	98
6.1. Bibliografia web	100
7. Annexos.....	105
7.1. Entrevistes	105
7.1.1. Eloi Sansa Colomer	105
7.1.2. Joan Sánchez Piñol	108
7.1.3. Àlex Castells Álvarez	111
7.1.4. Emilio Fernández Peña.....	115
7.1.5. Carlos Dematthey "Strongman Tarrako"	119
7.2. Recopilació dels posts i continguts dels esportistes a les xarxes socials	124
7.2.1. Leo Messi	124
7.2.2. Cristiano Ronaldo	126
7.2.3. Thomas Heurtel	128
7.2.4. Marc Márquez	129
7.2.5. Mireia Belmonte	132
7.2.6. Rafael Nadal	133
7.3. Recopilació de totes les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials que apareixen als mitjans de comunicació.....	135
7.3.1. Sport	135
7.3.2. Mundo Deportivo.....	140
7.3.3. AS.....	145
7.3.4. Marca.....	150

1.Introducció

En els darrers anys la situació que ha viscut el sector de la comunicació, i més concretament la del periodisme, ha canviat constantment degut a una sèrie d'alteracions que han afectat la professió i als seus treballadors. Una doble crisi ha modificat els esquemes del periodisme tal com el coneixíem. La crisi econòmica que Espanya està patint des de l'any 2008 ha sacsejat el sector, les redaccions periodístiques s'han vist reduïdes dràsticament, i fins i tot alguns mitjans de comunicació s'han vist obligats a tancar les seves portes davant la falta d'ingressos, o fusionar-se amb altres mitjans per intentar sobreviure i aguantar el màxim de temps possible. D'altra banda, una profunda crisi de credibilitat ha afectat significativament al sector. Més del 48%¹ dels periodistes consideren que una de les debilitats del periodisme en el nostre país és l'augment del sensacionalisme i de la premsa groga, que converteix la nostra professió en un espectacle dantesc. Altres causes com la falta de rigor, qualitat i la no contrastació de la informació només agreugen aquesta complicada situació.

A més, l'aparició de les xarxes socials han modificat la majoria de les rutines periodístiques, ja sigui a l'hora de buscar informació a través d'Internet, contactar amb les fonts, compartir les notícies a la xarxa perquè arribin a un públic més ampli, i per descomptat la interacció amb els lectors i l'audiència a l'hora de mantenir una bona relació multidireccional.

A l'hora d'escollir quina seria la temàtica del meu Treball de Final de Grau ho tenia bastant clar. Només havia de triar entre dues de les meves grans passions: el periodisme i l'esport. Des de petit sempre he sigut una persona molt activa pel que fa a la pràctica esportiva, i un gran seguidor de tots els programes esportius de la televisió. En créixer cada vegada he tingut més clar que la meva principal sortida professional estaria relacionada amb el periodisme esportiu, i és pel que m'he estat preparant els darrers anys, tant en la universitat com en diversos centres formatius on he obtingut títols relacionats amb la formació en el món de l'esport.

¹ APM. (2016). Problemas profesionales. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2016*, 39-53. Recuperat de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2017/10/Informe_anual_profesion_APM_2016_baja_7mg.pdf

En seguir constantment la programació dels diversos espais esportius he observat com freqüentment el temps destinat a les xarxes socials i a la vida privada dels esportistes ha anat guanyant terreny, un fenomen que ha cridat enormement la meua atenció.

Aquest treball pretén analitzar les diferents notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes professionals a les xarxes socials en les versions web dels quatre diaris esportius amb més lectors a Espanya. Cada vegada és més freqüent veure com els mitjans de comunicació es dediquen a compartir la vida privada dels esportistes d'elit i la seva activitat a les xarxes socials. També estudiarem els perfils de diversos esportistes a les xarxes socials per analitzar quin tipus de contingut publiquen i si el seu reconeixement social influeix en la seva activitat per la xarxa i la relació amb les marques comercials que els promocionen.

Igual que en el periodisme, el món del màrqueting també s'ha vist alterat per l'aparició de les xarxes socials, on valorarem fins a quin punt és més favorable contractar a un esportista perquè publiqui un *tweet* o un *post* en el seu perfil que per fer un anunci publicitari per un mitjà de comunicació.

2. Marc teòric

2.1. El nou paper dels mitjans de comunicació convencionals: la influència de les xarxes socials

Internet s'ha convertit en la principal porta d'accés al coneixement, informació i entreteniment. En aquesta conjectura els mitjans tradicionals han de decidir si els seus continguts competeixen amb els nous sistemes d'informació o si s'adapten i evolucionen a les noves demandes del mercat. La majoria de mitjans han escollit la segona opció. Francisco Campos, professor de periodisme en la Universitat de Santiago de Compostela, es qüestiona en l'article *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación* tradicionales si l'aparició de les xarxes socials enriqueix el que ell denomina "la societat mediàtica de masses". Els avenços de les TIC ens han ofert noves eines per a utilitzar en aquest espai. Segons Campos, les xarxes socials ens han portat al que qualifica una etapa post-mediàtica, al servei d'una societat accelerada que ofereix atenció i informació personalitzada instantània.

El fenomen mediàtic actual de les xarxes socials neix amb el creixement d'Internet, a principis del segle XXI. La bombolla virtual es va fent gran, guanyant popularitat, fins que finalment s'estableix com un fenomen serio i organitzat. Amb poc temps de vida les "xarxes de relacions socials" evolucionen cap a organitzacions professionals amb característiques semblants a les dels mitjans de comunicació tradicionals. Amb el pas del temps troben quin és el seu sector, quins són els usuaris i seguidors i esbrinen quin fet, gustos o interessos tenen en comú per especialitzar-se i trobar definitivament el seu *target* o públic objectiu.

Campos distingeix tres tipus de perfils dins de les xarxes socials empresarials, que són les que creen un espai per obtenir un benefici econòmic: les emprendedores, creades per un grup petit d'innovadors que a poc a poc es va fent més gran, les tancades, amb una vinculació prèvia i amb un elevat grau de confiança entre els seus membres, i les patrocinades, que compten amb espònsors publicitaris.

També destaca la idea que el cicle de vida d'una xarxa social és molt més curt que el d'un mitjà de comunicació convencional, i que la seva audiència creixerà fins a un límit que no serà superat, i partint d'aquest punt començarà a perdre credibilitat. (Elihu Katz, 2008)

El model d'activitat, d'organització, i el negoci en general dels mitjans tradicionals és molt diferent. El sistema informatiu dels mitjans convencionals segueix el model bàsic establert: selecció, avaluació i control dels continguts. El principal objectiu de les xarxes socials és la creació d'una espècie de comunitat virtual, a través de xarxes d'usuaris que interactuen, dialoguen i s'aporten coneixement els uns als altres. La web 2.0 ha permès aquest intercanvi multidireccional que crea un flux de participació molt activa en els continguts publicats.

L'objectiu de l'estudi és comprovar si les xarxes socials, amb audiències milionàries i alts ingressos per publicitat, poder competir, conviure o acabar amb els mitjans de comunicació tradicionals. S'han analitzat diverses xarxes que ofereixen informació als seus usuaris, les seves estructures, quins continguts ofereixen i ho han comparat amb les versions digitals dels principals diaris informatius espanyols.

Una de les primeres conclusions és que el tractament de la informació és diferent. Les xarxes informatives, no d'entreteniment, citen com a font de procedència de les seves informacions als mitjans convencionals, sigui premsa, radio o televisió. La publicació de continguts informatius en les xarxes és totalment gratuït, els usuaris no realitzen cap contribució econòmica, sinó que solen respondre amb una participació que dóna més difusió a la notícia. Les xarxes són capaces d'enviar-te avisos sobre l'actualitat, i anant més lluny, et poden avisar només de les notícies que creuen que són del teu interès. D'altra banda, els mitjans tradicionals encara utilitzen el model del *broadcast* (un emissor, molts receptors) mentre que les noves "plataformes socials" compten amb molt emissors i molts receptors. És a dir, uns encara utilitzen la web 1.0 i els altres han passat al 2.0, fins i tot al 3.0.

Una de les primeres modificacions que van fer els mitjans tradicionals, després de crear una versió web, va ser la creació de blocs, debats, xats i fòrums que permetessin la interacció i participació dels seus usuaris.

Les xarxes socials han configurat un nou sistema d'informació i entreteniment, amb elements i característiques dels mitjans convencionals però amb la incorporació de la

interacció. La *interpersonalitat* de les xarxes pot suposar un punt a favor dels mitjans tradicionals, a l'hora de recuperar el discurs i la pràctica exigent del periodisme de qualitat. Tot i això, les xarxes sempre han estat en el punt de mira estratègic dels grans grups de comunicació. Microsoft va comprar una partida de Facebook per 240 milions, la corporació de Rupert Murdoch va comprar MySpace per 805 milions de dòlars, i una llarga llista de transaccions. És un negoci molt lucratiu, on l'usuari accedeix gratuïtament, en la majoria dels casos, amb les seves dades personals, produeix sense cost, penja vídeos, fotografies i comparteix continguts, mentre genera audiència per a la venda de publicitat. D'aquesta manera, la afiliació voluntària, l'aportació de continguts i l'atenció a la publicitat són les rodes que tiren endavant el negoci de les xarxes socials.

S'estima que el 20% del contingut de les xarxes socials va destinat a la informació, mentre que la resta a l'entreteniment, amistança i semblants. L'estudi conclou explicant com les xarxes s'aprofiten del valor informatiu generat pels mitjans tradicionals per compartir-ho a la web 2.0 i generar tot el moviment de participació i interacció, que a la vegada estarà comprat per les marques publicitàries a canvi d'un espònsor o un anunci.

D'altra banda, Alejandro Rost, docent en periodisme digital en la Universitat Nacional del Comahue, Argentina, coincideix en l'estudi *Modelos de uso y gestión de redes sociales en periodismo* en què Internet ha estat el factor de canvi més important en la història recent del periodisme. La xarxa ha creat noves plataformes on compartir el discurs periodístic, ha transformat algunes de les rutines de producció periodístiques i ha modificat aspectes molt importants en les redaccions com els horaris, la geografia, el tipus de llenguatge i fins i tot la relació entre els usuaris.

És complicat no lligar les xarxes socials amb Internet, encara que apareguessin anys més tard de la creació del *World Wide Web*. Les xarxes socials, amb un protagonisme en creixement, en auge, són un espai d'actuació que serveixen per interactuar socialment amb certa comoditat i expressar el que es desitja. Rost considera que l'èxit de les xarxes socials recau en el flux comunicatiu constant, desplaçant a les pàgines web estàtiques i poc variables. El model comunicatiu multidireccional és el que s'ha acabat imposant, permetent la múltiple participació de milers d'usuaris a la vegada.

El periodisme s'ha adonat que les xarxes socials podrien ser un dels seus principals aliats, una eina digital que et permet rebre informació i idees, distribuir continguts i

interactuar amb els lectors i les fonts d'informació. Un altre dels avantatges de les xarxes socials és la constant actualització i la velocitat en la qual pot viatjar un contingut. Totes les xarxes socials permeten compartir o “retuitejar” un post. Les xarxes socials són com una mina d'or que els periodistes volen explotar el màxim possible. A partir d'aquí s'han creat i generat llocs de treball i professions destinades a dominar les xarxes, com les persones encarregades de gestionar els perfils d'una empresa, és a dir, els *community manager* i semblants.

Rost es preocupa en destacar que no tots són avantatges en el món digital de les xarxes socials. Rost exposa com els periodistes han hagut de passar per un procés de transformació, deixant pràcticament de costat un model unidireccional a un multidireccional, com els encarregats de gestionar el perfil necessiten una formació específica i que no està a l'abast de qualsevol treballador comú, una certa capacitat per la comunicació, la participació i la interacció amb els usuaris, així com una inversió que permeti l'aprofitament de totes les possibilitats que ofereixen les xarxes socials.

2.2. Periodisme esportiu i xarxes socials: camí cap a una nova deontologia

El món de la informació esportiva ha viscut un creixement com cap altre tipus de periodisme en el segle XXI. German Arango, periodista i professor de la Universitat de La Sabana (Bogotà, Colòmbia) considera en *Siglo XXI. Hacia una nueva deontología del periodismo deportivo* que un acte com uns jocs olímpics o un campionat del món de futbol difícilment no ocuparien les primeres planes de tots els mitjans de comunicació i formarien part de l'*agenda setting* de la majoria de les redaccions. L'esport s'ha convertit en l'activitat cultural més important de l'època contemporània, en una pràctica imprescindible pels individus que formen una societat.

Segons Arango, això presenta un repte pels periodistes esportius, que han d'aprofundir en el coneixement de la disciplina de l'ordre científic, humanista i social, imprescindible per un domini dels esports dels quals es vol informar. El futbol professional, per exemple, ha transformat un marc on el periodista ha passat d'informar o narrar uns fets a desenvolupar funcions d'educador, mediador i orientador. El periodista esportiu ha de conviure entre la passió dels aficionats, la violència del joc i el frenesí comercial i publicitària que desprenen els futbolistes i els equips als quals representen. Per Arango, els partits s'han convertit en una batalla on s'utilitza un llenguatge extret del món militar. Explica com a Colòmbia s'ha arribat a denunciar i inhabilitar a periodistes per utilitzar un llenguatge bèl·lic en una retransmissió esportiva i incitar a les aficions dels equips a una passió desenfrenada amb alts tocs de violència.

No és la primera vegada que s'utilitza l'esport per fer política. El mateix Nelson Mandela, president de la República de Sud Àfrica entre el 1994 i el 1999, va utilitzar la Copa del Món de Rugbi de l'any 1995 que se celebrava al mateix país per tractar d'unir a tota la societat sud-africana i erradicar d'una vegada per totes l'*apartheid*. Actualment no només els polítics utilitzen l'esport com a una eina, també els mateixos aficionats. Segons Arango, els estadis són l'escenari ideal per mostrar comportaments de protesta, de rebuig, anarquia o altres conductes.

German Arango recull les paraules d'Antonio Alcoba López per explicar el canvi que ha viscut el periodisme esportiu en el darrer segle:

“La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad, y el periodismo deportivo, aupado (enaltecido) por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia.” (Alcoba, 1993: 22)

En aquesta conjectura el periodisme esportiu hauria d'avançar cap a la difusió d'un millor coneixement de la llengua que eviti les imprecisions i els tòpics que ens han dut a aquest ambient hostil. El periodisme esportiu hauria de complir amb les mateixes funcions que vol transmetre l'esport: valors, respecte, companyonia, etc. Per això és tan important la funció mediatra i educadora del periodista.

D'altra banda, el periodisme esportiu ha viscut en els darrers anys un gran impacte en les seves estructures, canals i mètodes per produir continguts, convertint-se en la tipologia informativa de major abast social en gran part del mapa mundi, sobretot en els països europeus i d'Amèrica llatina. L'auge del periodisme esportiu ve donat per un estil propi que ha marcat una tendència, amb propostes originals i un nou model que presenta les informacions d'una forma visualment més atractiva i utilitza un llenguatge universal que és accessible per a totes les mentalitats i classes socials.

José Luis Rojas Torrijos recull en *Periodismo Deportivo, nuevas tendencias y perspectivas de futuro* com aquesta situació ha transformat al periodisme esportiu, vist anteriorment com una pràctica acadèmica i cultural, cap a un àmbit més mediàtic. Els periodistes adquireixen un gran reconeixement en sortir pels mitjans de comunicació i barrejar-se, en alguns casos, amb els esportistes. L'esport s'ha convertit en el producte informatiu de major transcendència i interès col·lectiu en gran part de la societat. A més, ha sabut evolucionar i relacionar-se amb les comunitats ciutadanes a les quals pertanyen els equips, creant un fort sentiment de pertinença i complint a la vegada amb algunes de les funcions de l'esport: ser un instrument civilitzador i construir el teixit de la societat (Hernández, Osorio y Zapata - 2013).

La programació esportiva constitueix un dels pilars fonamentals que formen l'oferta de programació dels principals mitjans de comunicació, ja que aquests espais s'han

consagrat com els més vistos i de major audiència. Per tant, també són els més cobejats i desitjats pels grups de comunicació que volent captar més audiència, i a la vegada més publicitat.

“En los medios audiovisuales, el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión y en cuyo discurso se han incorporado elementos ajenos al ámbito del periodismo al formar parte de una estrategia comercial enfocada hacia la rentabilidad económica y la generación de negocio” (Rojas, 2013: 238).

L'aparició d'Internet ha modificat totalment la manera de produir notícies i la fisonomia de les redaccions periodístiques. El nou escenari és el de l'entorn 2.0, les pàgines i blocs web i sobretot les xarxes socials, una de les eines principals, i més eficaces, per difondre i anunciar els diversos continguts i notícies a una velocitat pràcticament insuperable.

Plataformes com *Twitter* són un dels llocs webs preferits pels mitjans de comunicació per donar a conèixer les primícies informatives, anticipant la notícia i enllaçant a la web del mitjà per a qui li interessi la versió completa i extensa. De nou *Twitter* torna a ser la xarxa social desitjada pels periodistes esportius, que troben noves possibilitats per interactuar amb els seus seguidors i aconseguir un *feedback* que els ajudi a millorar la seva marca personal pròpia i així augmentar la seva audiència.

Rojas comparteix les paraules de Jay Rosen per destacar algun dels aspectes més importants del periodisme a Internet. La constant actualització de les notícies i la capacitat per informar ràpidament d'uns fets és un dels èxits dels mitjans digitals respecte als tradicionals, i també el comportament de l'audiència, que ha passat de ser passiu a actiu, d'unidireccional a bidireccional, inclús multidireccional en alguns casos.

Aquest nou mercat digital ha obligat a replantejar-se als mitjans tradicionals la creació d'una versió digital si no volien perdre la seva part a mans de la competència. El paper només pot reorientar-se cap a un tipus de contingut més elaborat, amb un major anàlisi i profunditat en el tractament de la informació, així com la cerca de temes propis o grans històries d'investigació. El periodisme esportiu també ha canviat. I ho ha fet per sempre. Els continguts són més treballats i profunds, que van més enllà dels partits i del que això comporta. Actualment es necessiten cobertures més amples,

amb fonts que enriqueixin la informació i que donin peu a entrevistes o reportatges que aportin més qualitat al contingut.

El periodisme esportiu s'ha anat reestructurant a la contínua evolució del mercat per evitar deixar de ser competitiu. Els mitjans de comunicació s'han vist obligat a reconvertir-se a aquest nou context digital, el que ha aportat noves eines tecnològiques aplicades a les tasques periodístiques, així com una transició cap a uns nous perfils professionals que dominen les competències del periodisme i les eines digitals, el que comunament es diu periodista multi-tasca o multi-funció.

L'aparició dels nous suports digitals, com *smartphones*, tauletes o ordinadors portàtils han permès una constant migració de lectors que han abandonat la versió en paper per establir-se en la versió digital, amb tots els avantatges que això aporta. Les redaccions han destinat cada vegada més periodistes a la versió digital, i en alguns casos, s'han vist reduccions de plantilla, ja que no han pogut afrontar les despeses de la versió en paper.

El periodisme esportiu és el que és gràcies a les xarxes socials. Les xarxes socials han significat una via de propaganda on els mitjans poden aconseguir una major difusió, i tenint en compte el *feedback* esmentat anteriorment amb els usuaris que comparteixen i valoren el contingut.

Les xarxes socials i Internet han permès la creació d'una nova faceta del periodista, més creativa a l'hora de presentar les seves històries o notícies i que satisfan les noves exigències dels usuaris de l'entorn 2.0. El periodisme esportiu ha estat capaç de trobar el seu espai i d'aprofitar les eines que ofereix aquest nou context digital per crear continguts renovats i que han de seguir marcant tendències i seguir explotant les diverses possibilitats que té aquest nou escenari.

2.3. Les xarxes socials com a fonts d'informació

El consum de notícies a través de les xarxes socials s'ha vist augmentat dràsticament en els últims anys. L'Estudi de Mitjans de Comunicació Online de 2015 i l'Estudi Anual de Xarxes Socials de 2015, realitzat per IAB Spain, l'associació de publicitat, màrqueting i comunitat digital espanyola, recull com un de cada tres usuaris es connecten diàriament als mitjans de comunicació digitals, mentre que més de la meitat ho fa com a mínim una vegada a la setmana.

El patró de consum és el següent: la majoria dels usuaris es connecten a les xarxes socials per diversos motius, però a l'estar dins acaben accedint a un contingut informatiu. El 39% dels usuaris utilitzen les xarxes socials únicament per publicar un contingut relacionat amb la seva vida privada, un 36% comenta i reproduïx els *posts* amb notícies d'actualitat, mentre que un 37% segueix als perfils dels mitjans de comunicació a les xarxes socials.

L'estudi mostra com el 27% dels usuaris accedeixen a les xarxes socials amb l'objectiu principal de mantenir-se informats de les notícies de màxima actualitat. La plataforma més utilitzada a l'hora de consumir notícies és *Facebook*, amb un 52% d'usuaris que utilitzen la xarxa creada per Mark Zuckerberg per informar-se, mentre que *WhatsApp*, amb un 27%, està interrompent amb força com a font informativa.

La investigació Digital News Report, elaborada pel Reuters Institute de la Universitat d'Oxford, estudia el comportament dels usuaris de les xarxes socials en dotze països europeus, entre els quals es troba Espanya, i mostra com gairebé la meitat dels usuaris del nostre país que consumeixen notícies a través de les xarxes socials, el 45% també comparteixen el contingut per tractar que tingui un major abast.

Una dada molt curiosa és que Espanya ocupa la primera posició en el rànquing de països on més notícies es consumeixen a través de les xarxes socials. El 85% dels usuaris espanyols, encara que no sigui la seva finalitat a l'hora de connectar-se a les xarxes, consumeixen notícies a través de *Facebook*, *Twitter* i companyia. Però d'altra banda també ocupa la penúltima posició pel que fa a la credibilitat, i és que només el 34% dels usuaris es creuen les notícies que troben a través de les xarxes socials. L'estudi també accentua com Espanya és l'únic país on el perfil del periodista en una xarxa social genera més interès i té un major abast que el del mateix mitjà de comunicació per al que treballa.

Pel que fa als menors de 35 anys, les xarxes socials es consoliden com la principal font d'informació, sent *Facebook* de nou la xarxa més utilitzada amb un 59% d'usuaris que consumeixen notícies, seguit de *WhatsApp* amb un 28%, *Youtube* amb un 27% i *Twitter* amb un 19%.

2.4. L'esportista com a producte de màrqueting

Les xarxes socials han modificat la manera que tenim de connectar-nos al món. Actualment, les notícies arriben per *Twitter* en el moment que passen els fets, ja no fa falta anar al quiosc l'endemà a comprar el diari per informar-te sobre el que ha ocorregut. El món de la comunicació és un dels més afectats per aquesta contínua transformació que estem vivint. I el màrqueting per descomptat s'inclou dins del sector comunicatiu. El món digital ha canviat les eines del màrqueting, al que de vegades ja es nomena com a màrqueting digital.

Els esportistes sempre han estat vistos per les marques publicitàries com una de les vies més directes i efectives per arribar als seus consumidors. L'esport mou passions, i el fenomen fan pot ajudar molt en les estratègies del màrqueting.

Edwin Schraivesande, professor de màrqueting online en la Universitat de La Haya (Holanda), ens mostra en l'article acadèmic del Johan Cruyff Institute *El deportista como producto de marketing a través de las redes sociales* un munt d'exemples reals d'esportistes al servei de les marques comercials per explicar-nos el poder que tenen a les xarxes socials. Les empreses coneixedores d'aquest poder, compren als jugadors per fer *espots* publicitaris o perquè representin a les seves marques i així arribar a un públic més extens.

La marca de raquetes Babolat va decidir comptar amb els serveis de Rafa Nadal, un referent mundial en tenis, per plantar-li cara a la seva competència. Però no val només amb l'esportista de torn, has de saber dominar les xarxes socials per tal de difondre el seu producte al màxim nombre de persones.

“Un mensaje en *Twitter* no es sólo un canal de publicidad con el que puedas ganarte una audiencia. Su poder reside en que el mensaje sea relevante y creíble”.

Els compromisos publicitaris dels esportistes són una de les formes que tenen per millorar les seves nòmines. Disposar del temps dels esportistes, en moltes ocasions estrelles i *cracks* poc disposades a aguantar les llargues hores de rodatge i producció és molt complicat i té un cost econòmic molt elevat. Les xarxes socials tornen a ser la solució d'aquesta problemàtica. Són utilitzades com unes eines menys costoses, ràpides i directes a l'hora d'arribar al públic de l'esportista contractat. A més,

l'esportista compta amb més credibilitat entre els seus seguidors que la marca a la que representa. Un altre exemple és el de Cristiano Ronaldo amb el de Nike: no és necessari anar a una botiga física de Nike per veure una foto del jugador a l'escapador amb les noves botes d'última generació que marcaran una gran tendència, el mateix Cristiano Ronaldo te les pot vendre directament a través d'un *tweet*. Un sol missatge de 140 caràcters acompanyat d'una fotografia del futbolista amb les botes que li costa a la marca 260.000 euros aproximadament. Tot i això, el cost segueix sent molt més assequible que el d'un anunci a la televisió, i el jugador s'ha d'evitar les hores destinades a la preparació de l'espot publicitari.

Així és el màrqueting del segle XXI i la indústria de la publicitat. Un estudiant de màrqueting i jugador de futbol americà per part de la Universitat de Nebraska, Blake Lawrence, va saber veure l'oportunitat i va decidir crear una plataforma online, nomenada *Opendorse*, que posava en contacte als esportistes amb les marques interessades en contractar els seus serveis. Així ho explica el Lawrence: "Las campañas de marketing digital permiten a las marcas conseguir de forma instantánea a millones de fans del deporte. Pero los responsables de marketing no lo tienen fácil a la hora de escoger a los mejores representantes de su producto. En *Opendorse* usamos la información de las redes sociales para aconsejarles quién debería vender la imagen de su empresa de manera efectiva y en tiempo real". La idea ha estat un èxit i el negoci és molt factible econòmicament.

El poder de les xarxes socials recau en la capacitat de crear una comunitat. Mai havia sigut tan simple arribar a un públic, ja sigui per comunicar sobre una notícia, un missatge, o simplement per qüestions de màrqueting.

3. Metodologia

Abans de començar amb la realització d'aquest treball em vaig plantejar una sèrie de preguntes i hipòtesis que hauria d'anar responent al llarg del curs mentre redactava el cos del projecte. Per fer-ho he llegit diversos estudis i articles acadèmics relacionats amb la situació del periodisme actual i com han afectat les xarxes socials a la professió, com el periodisme esportiu s'ha vist mediatitzat per aquesta influència, i com els esportistes i els seus equips de comunicació han sabut entendre aquest canvi per explotar un mercat, fins ara, pràcticament desconegut.

Per respondre algunes de les preguntes plantejades i verificar si les hipòtesis eren certes, o pel contrari eren equivocades, he contactat amb diversos professionals del món de la comunicació per realitzar unes entrevistes en profunditat i tractar d'aclarir els meus dubtes, així com per conèixer la seva opinió personal en diversos aspectes que considerava interessants per completar el treball. Entre les persones entrevistades he comptat amb tres experimentats periodistes esportius que han analitzat els canvis que ha viscut el periodisme en els darrers anys i com les xarxes socials han pogut modificar en part la deontologia i les formes de fer i entendre la professió, i més específicament com ha afectat al periodisme esportiu i quins aspectes, tant positius com negatius, ha aportat. També ha participat en les entrevistes un expert en comunicació, publicitat i màrqueting, que coneix com treballen les empreses i els esportistes d'elit, amb l'objectiu de conèixer com actuen els esportistes i els seus equips de comunicació a les xarxes socials, a l'hora de promocionar a una marca comercial. Per últim, vaig considerar essencial la participació d'un esportista d'elit per esbrinar quins mecanismes i quines accions utilitzen les marques comercials per contractar-los, conèixer quins requisits i obligacions posen als esportistes a l'hora de promocionar els seus productes i com realitzen les campanyes de publicitat a través de les xarxes socials.

D'altra banda, he analitzat les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes d'elit a les xarxes socials que són publicades en les versions digitals dels quatre diaris esportius amb més lectors d'Espanya: el Mundo Deportivo, l'Sport, l'AS i el Marca. Per fer-ho he seguit diàriament els quatre mitjans per comptabilitzar aquest tipus de notícies i poder analitzar el contingut d'aquestes detalladament. En un període de tres mesos, des de l'1 de gener fins al 31 de març, he recollit totes les notícies que

els diaris han publicat en les seves plataformes web i que tenen relació amb aquesta temàtica.

De forma similar, en el mateix període de temps, he seguit el perfil de diversos esportistes d'elit en les seves xarxes socials, amb l'objectiu d'estudiar quin tipus de contingut publiquen, quin percentatge dediquen a les marques comercials i ha promocionar els seus productes, si hi ha diferències de contingut en les diferents xarxes que utilitzen, com *Facebook*, *Twitter* i *Instagram*, i comparar si l'esport que practiquen i la mediatització de l'esportista és rellevant en la seva activitat a les xarxes i la relació amb les marques.

3.1. Hipòtesis

Abans d'iniciar amb el Treball de Fi de Grau em vaig plantejar conèixer amb quin objectiu utilitzen els esportistes d'elit les xarxes socials i veure quin ús en fan, per demostrar si les utilitzen de la mateixa manera que ho faria una persona anònima o si tenen una percepció diferent a la de la majoria de la societat. Les xarxes socials s'utilitzen per compartir moments de la teva vida privada, informar-te i interaccionar amb les teves amistats i seguidors. Per descobrir-ho analitzaré el perfil de diversos esportistes d'elit a les xarxes socials i podré verificar amb quins objectius les utilitzen. D'altra banda, tinc la predicció que la mediatització de l'esportista pot anar relacionada amb l'activitat d'aquest a les xarxes, és a dir, quant més mediàtic, més actiu.

També considero que la mediatització dels esportistes ha modificat les pràctiques d'alguns mitjans de comunicació, que han creat un nou gènere periodístic que barreja el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa groga, que reproduceix i ven la vida i activitat privada dels esportistes i les seves famílies.

A més, les xarxes socials han creat un nou mercat que els esportistes volen explotar venent la seva imatge a les marques comercials, amb l'objectiu d'obtenir el màxim benefici econòmic. D'aquesta manera pretenc demostrar com les marques tenen un paper molt important en les xarxes socials dels esportistes, fins al punt de decidir quin tipus de contingut publiquen aquests en els seus perfils. També volia conèixer les estratègies de màrqueting i publicitat que utilitzen les marques per arribar a un públic més ampli i específic, i esbrinar com és la relació que mantenen amb els esportistes d'elit que volen contractar.

3.2. Perfil dels entrevistats

Eloi Sansa Colomer

Periodista. Redactor de la web d'esports de TV3 i Catalunya Ràdio.

S'encarrega personalment de pràcticament tota l'elaboració de la majoria dels continguts informatius, sobretot notícies, de la pàgina web. Anteriorment l'equip humà que s'encarregava de la plataforma digital d'esports de TV3 i Catalunya Ràdio estava format per tres redactors en cada torn. Actualment degut a una sèrie de redistribucions de personal tota la secció queda en mans d'una sola persona. L'Eloi fa el torn de matí, de 07:00h a 15:00, i és el responsable d'escollir quins són els temes que formen part de l'*agenda setting* del dia, treballar-los i compartir-los a la pàgina web perquè tots els lectors els puguin consumir.

Joan Sánchez Piñol

Periodista. Editor digital i coordinador de la web d'esports de TV3 i Catalunya Ràdio.

També fa de reporter realitzant entrevistes en les transmissions en directe dels partits de l'Eurolliga de bàsquet, emesa pel canal Esport3.

És el responsable de la pàgina web d'esports de la CCMA. Treballa amb continguts més específics i elaborats, com galeries de fotografies, vídeos o resums d'actes esportius, que no només van dirigits a ocupar un espai a la web, sinó que també són utilitzats pels diversos programes informatius del canal Esport3. També s'encarrega de portar el perfil del canal Esport3 a les xarxes socials, de l'elaboració de contingut i de la interacció amb els seguidors del mitjà.

Àlex Castells Álvarez

Periodista. Director de la redacció d'esports de TV3.

Autor del llibre *We are the catalans*, on presenta a diversos futbolistes catalans que han triomfat a la Premier League, la lliga professional anglesa.

És una de les màximes autoritats dins de la redacció d'esports de la CCMA, juntament amb Christian Garcia, director de la secció d'esports de la CCMA, i Bernat Soler, director dels continguts esportius en televisió. La seva missió és controlar que tot funcioni tal com diu el llibre d'estil de la casa. Quan hi ha algun dubte pel que fa a la publicació d'un contingut té un paper fonamental a l'hora de l'elecció final.

Emilio Fernández Peña

Professor titular en Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona. Director del Centre d'Estudis Olímpics i d'Esports de la Universitat Autònoma de Barcelona des de l'any 2009.

És el coordinador del Màster en Gestió de la Comunicació i Patrocini en Organitzacions Esportives, i creador del Social Media and Global Sport Observatory, una plataforma que analitza les estratègies i fluxos de publicacions de contingut de les principals competicions, equips i esportistes.

Carlos Dematthey “Strongman Tarrako”

Esportista d'elit. Culturista i atleta de força que ha guanyat dues vegades l'Arnold Clàssic Europa en la categoria de *powerlifting* i s'ha proclamat 14 vegades campió d'Espanya en la mateixa categoria.

Conegut a les xarxes socials amb el nom d'Strongman Tarrako, acumula 200.000 subscriptors en el seu canal de Youtube i més de 70.000 seguidors en el seu compte d'Instagram. Utilitza les xarxes socials per compartir les seves experiències i donar consells relacionats amb el món del *fitness* i un estil de vida saludable.

Les marques comercials es posen en contacte amb ell per tractar de persuadir-lo perquè promoció els seus productes, però Carlos Dematthey sempre s'hi ha negat. Finalment ha decidit crear la seva pròpia línia de suplementació esportiva, merchandising i roba sota la marca Strongman Tarrako.

3.3. Preguntes de l'entrevista

3.3.1. Preguntes pels periodistes

- Com valora els canvis que ha viscut el periodisme en els darrers anys?
- Considera que les xarxes socials han modificat la deontologia i les formes de fer i entendre el periodisme?
- Considera que hi ha algun tipus de contingut informatiu específic que només vagi destinat a un sol mitjà?
- Creu que si una informació és rellevant, hauria de tindre un espai en qualsevol plataforma?
- Perquè creu que les informacions relacionades amb les publicacions a les xarxes socials tenen més presència en els mitjans digitals?
- Considera que el periodisme esportiu és un dels gèneres on són publicades més notícies relacionades amb les xarxes socials?
- Quines característiques considera que ha de tenir una publicació d'un esportista a les xarxes socials perquè sigui un fet notíciabile?
- Creu que els mitjans de comunicació, sobretot els digitals que reproduïen les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, han creat un nou gènere periodístic que barreja el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa groga?
- Considera que les informacions sobre les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són rellevants per ocupar un espai en els mitjans de comunicació?

- Creu que reproduint les publicacions dels esportistes a les xarxes socials esteu publicitat a les marques comercials sense adonar-vos compte?
- Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el periodisme?

3.3.2. Preguntes per l'expert en comunicació, publicitat i màrqueting

- Qui són els responsables que s'encarreguen de portar el perfil dels esportistes d'elit a les xarxes socials?
- Considera que les xarxes socials han suposat un nou mercat on les marques comercials promocionen els seus productes o serveis?
- Creu que els esportistes d'elit han sabut entendre aquest nou mercat, on les marques comercials promocionen els seus productes a les xarxes socials, i ho veuen com una activitat econòmica que poden explotar i treure el màxim rendiment econòmic?
- Per què les marques comercials demanen als esportistes que promocionen els seus productes a les xarxes socials?
- Per a una marca comercial fins a quin punt és més favorable que un esportista promocioni els seus productes a les xarxes socials que en qualsevol altre mitjà? Com podrien ser la premsa, la televisió, una tanca publicitària, etc.
- És possible que un anunci en un post d'una xarxa social d'un esportista d'elit tingui més alcans i arribi a més gent que un anunci publicat a qualsevol altre mitjà?
- Hi ha xarxes socials que a l'hora de promocionar un producte o marca són millors que d'altres?
- Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el món del màrqueting i la comunicació?

3.3.3. Preguntes per l'esportista

- Es considera un esportista diferent dels altres? Pot ser que aquesta sigui una de les característiques que fan que sigui una persona mediàtica a les xarxes socials?
- Amb quin objectiu utilitza les xarxes socials?
- Com considera que ha canviat la relació amb els seus seguidors gràcies a l'aparició de les xarxes socials?
- Creu que els esportistes d'elit han sabut entendre aquest nou mercat, on les marques comercials promocionen els seus productes a les xarxes socials, i ho veuen com una activitat econòmica que poden explotar i treure el màxim rendiment econòmic?
- Que opina sobre que els esportistes utilitzin les xarxes socials per promocionar els productes de les marques que representes?
- Han intentat contractar-lo per promocionar alguna marca o producte?
- Com es posen en contacte les marques comercials amb l'esportista per demanar que promocionin els seus productes? Quin procediment segueixen per contractar als esportistes?
- Perquè sempre ha rebutjat representar a una marca comercial?
- En quin punt i perquè va decidir crear la seva pròpia marca de suplementació esportiva?
- Hi ha alguna diferència entre el personatge de Strongman Tarrako i Carlos Dematthey?

- Considera que l'aparició de les xarxes socials són positives en el món de l'esport? Quins beneficis li han aportat personalment?
- Creu que si no fos per la seva activitat a les xarxes socials, no seria un personatge públic amb certa notorietat?

3.4. Història i dades d'interès dels mitjans de comunicació analitzats

“Els quatre diaris esportius més llegits a Espanya estem perdent molts lectors en els darrers anys, el mateix passa amb la venda d'exemplars, que també s'està veient reduïda any rere any. Amb aquesta situació comencem a donar-li més importància a la plataforma digital que a la versió en paper del diari. Actualment la web també t'aporta més beneficis que el diari en paper. Abans la versió en paper servia per aguantar els costos de la versió web. Ara és tot el contrari. “²

Josep Capdevila - Redactor i coordinador de la web del diari Sport

² Capdevila, J. (2016). Xerrada de Josep Capdevila als alumnes de Periodisme Esportiu de la Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya

3.4.1. Sport

L'Sport és un diari espanyol esportiu, editat a Barcelona per l'empresa Ediciones Deportivas Catalanas, que forma part del Grupo Zeta. El diari va ser fundat l'any 1979 per Antonio Asensio Pizarro, fundador del Grupo Zeta, que al veure l'èxit que tenia el Mundo Deportivo va decidir crear un mitjà esportiu que li pogués competir per un espai en el mercat. Ràpidament va aconseguir una gran quota de mercat, que va anar augmentant fins que va aconseguir superar al seu màxim competidor, gràcies al tractament que li va donar en l'actualitat del Futbol Club Barcelona, concedint un gran nombre d'espais dedicats a l'equip blaugrana. El 70% del contingut del diari anava relacionat amb el Barça i el futbol, mentre que a l'Espanyol, també de Barcelona, amb prou feines li dedicava tres o quatre pàgines. Els compradors de l'Sport, la majoria socis i seguidors del club blaugrana, compartien les idees que el diari aportava sobre el funcionament de l'equip, el que va fer que es fidelitzessin molts lectors.

A la dècada dels 90 van iniciar una política d'expansió, que va concloure amb la creació del diari *Equipo*, destinat a cobrir la informació esportiva de la comunitat autònoma d'Aragó, i *Deporte*, de Galícia. Actualment els dos diaris ja no estan en funcionament.

L'any 1997 van decidir aprofitar l'aparició de les noves tecnologies per crear una versió digital del diari a Internet. Amb el pas del temps la web va acabar tenint molt d'èxit, mentre que les vendes de la versió en paper descendien, juntament amb la pèrdua de lectors, la versió web va arribar als 6 milions d'usuaris únics, 25 milions de visites i 96 milions d'entrades consultades³ en els primers anys. Actualment el seu director és el periodista Ernest Folch.

³ OJD, (2011). Evolución Audiencia SPORT. Recuperat de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/sport-evolucion-audiencia/totales/anual/68/trafico-nacional/>

3.4.2. Mundo Deportivo

Mundo Deportivo és un diari esportiu espanyol que s'edita a Barcelona i forma part del Grup Godó. Es publica amb llengua castellana però se centra majoritàriament en la informació esportiva que succeeix a Catalunya, on ven la majoria dels seus exemplars, sobretot en tota la informació relacionada amb el Futbol Club Barcelona. A més, edita tres edicions especials destinades als aficionats de l'Atlètic de Madrid (Mundo Atlético), a l'Athletic de Bilbao (Mundo Deportivo Bizkaia) i la Reial Societat (Mundo Deportivo Gipuzkoa). El Mundo Deportivo, juntament amb el Grupo Godó, des de l'any 1948, s'encarreguen d'organitzar anualment els Premis Mundo Deportivo, on es premia als esportistes i periodistes més destacats del món de l'esport.

Va ser creat l'any 1906 per Jaume Grau i Narcís Masferrer, pioner del periodisme esportiu i l'esport català, qui mantenia el càrrec de director. Actualment el director del diari és el periodista català Santi Nolla. Els primers anys publicava setmanalment, fins que l'any 1929 es va establir com una publicació diària. El Mundo Deportivo és el diari esportiu més antic que encara s'edita a Espanya, i el segon més antic d'Europa, només per darrere de l'italià La Gazzeta dello Sport, fundat l'any 1896.

L'any 1999 va presentar un nou disseny en el seu format, amb una edició en color, amb la presència de més imatges i amb la modificació del nom del diari: van eliminar l'article "El" d'"El Mundo Deportivo" per deixar-ho com està actualment.

L'any 2009 la web del Mundo Deportivo va obrir una hemeroteca *online* on qualsevol persona podia consultar tot el que ha succeït en el món de l'esport des del 1906. Dos anys més tard, la web va patir una remodelació, i el domini va canviar de ".es" a ".com" perquè fos més global i la web tingués més visites.

3.4.3. AS

El diari AS és una publicació esportiva espanyola de tirada diària que forma part del conjunt multimèdia de comunicació Grupo Prisa. El diari s'edita a Madrid, on té la seu, però la seva tirada arriba a tot l'estat espanyol. La majoria del seu contingut informatiu se centra en l'actualitat que envolta a l'esport de la Comunitat de Madrid, sobretot amb el Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid. A principis del 2017, AS va decidir expandir-se i va crear nou portals web, cadascun destinat a cobrir la informació esportiva d'un país. Per tant, a part d'oferir informació a Espanya, també ho fa a Colòmbia, Mèxic, Xile, Argentina, Perú, Veneçuela, Estats Units d'Amèrica i els Emirats Àrabs. A més cada web disposa d'una versió en anglès per tal que arribi a un públic més internacional.

Va ser fundat l'any 1967 pel polític i periodista Luis Montiel Balanzat, aprofitant el nomenament de la Llei de Premsa del 1966, i amb l'objectiu de competir amb el diari Marca en l'àmbit nacional.

En la dècada dels 90 es va convertir en el primer diari espanyol que oferia totes les seves pàgines en color. Després d'estar uns anys amb pèrdues, tant econòmiques com de lectors, l'editorial que presidia la família Montiel decideix posar a la venda el diari AS, juntament amb altres publicacions, al Grupo Prisa. La intervenció del Grupo Zeta en la transacció, molt interessat en adquirir el mitjà de comunicació, va fer que la compra no és realitzes fins al 1996.

El nou propietari va mantenir el mateix equip de treball que estava a les ordres del Grupo Montiel, amb la incorporació d'Alfredo Relaño com el nou director i editor del diari AS, qui segueix ocupant el mateix càrrec en l'actualitat.

3.4.4. Marca

El Marca és un diari d'informació esportiva que s'edita a Madrid. Segons l'OJD és el diari esportiu més llegit en tota Espanya. Des de l'any 2007 forma part del grup de mitjans de comunicació Unidad Editorial, i el seu director és Juan Ignacio Gallardo.

El diari Marca va ser fundat l'any 1938 pel metge i periodista Manuel Fernández Cuesta, amb un format de publicació setmanal. El germà de Manuel era Raimundo Fernández, secretari general de la Falange Espanyola Tradicionalista y de las JONS i ministre de Justícia de Francisco Franco. El 1942 va passar a ser una publicació diària, quan va pertànyer a la cadena de Prensa del Movimiento. El diari va tindre una gran acollida entre els lectors, ja que en aquells moments les publicacions esportives eren escasses i no tenien la qualitat gràfica que el Marca aportava. El creixement del diari va anar lligat al seguiment que donaven sobre la informació esportiva del Reial Madrid. L'any 1984 l'estat decideix posar a la venda el diari i va ser comprat pel Grupo Recoletos, adquirit el 2007 per Unidad Editorial.

Des de la seva creació, el diari Marca ha viscut una expansió constant. El 1995 van crear Marca.com, un dels portals webs esportius més visitats a Espanya, l'any 2001 van posar en marxa Ràdio Marca i al 2010 van aprofitar l'adaptació de la TDT per posar iniciar les emissions de Marca TV, tot i que el projecte només va durar fins al 2013.

A més de ser una de les publicacions més venudes en tot el país, Marca és conegut per concedir el Premi Pichichi al màxim golejador de la lliga espanyola i el Premio Zamora al porter menys golejat. També organitza les gales per entregar el Trofeu Zarra al màxim golejador espanyol, el premi Miguel Muñoz al millor entrenador de la lliga, el Guruceta al millor àrbitre i el Trofeu Alfredo Di Stefano al millor jugador de la competició. El diari té tanta demanda que cada dia ofereix quinze edicions diferents: onze regionals, tres provincials i la nacional.

3.4.5. Comparativa entre els quatre mitjans de comunicació

	Sport	Mundo Deportivo	AS	Marca
Lectors diaris 2016 ⁴	436.000	466.000	1.149.000	2.165.000
Lectors diaris 2017 ⁵	419.000	436.000	1.115.000	2.062.000
Visites mensuals web 2016 ⁶	1.157.000	1.191.000	2.443.000	4.705.000
Visites mensuals web 2017 ⁷	1.066.000	1.152.000	2.268.000	4.519.000
Seguidors a Facebook	1.722.000	3.511.000	2.103.000	4.502.000
Seguidors a Twitter	1.460.000	2.390.000	2.370.000	4.790.000
Seguidors a Instagram	371.000	552.000	242.000	692.000

⁴ AIMC. (2016). Febrero - Noviembre 2016. *Resumen General EGM*, 8. Recuperat de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm316.pdf>

⁵ AIMC. (2017). Abril 2016 a Marzo 2017. *Resumen General EGM*, 8. Recuperat de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm117.pdf>

⁶ AIMC. (2016). Febrero - Marzo 2016. *Audiencia de Internet EGM*, 10. Recuperat de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2016/04/internet116.pdf>

⁷ AIMC. (2017). Abril 2016 a Marzo 2017. *Resumen General EGM*, 18. Recuperat de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm117.pdf>

3.5. Perfil dels esportistes analitzats

Leo Messi (@leomessi)

Futbolista argentí que milita en el Futbol Club Barcelona. Considerat un dels millors jugadors de futbol del món, després de guanyar un munt de premis individuals, entre els quals destaquen cinc Pilotes d'Or, quatre Botes d'Or i un *Guinness World Record* per ser el jugador que més gols ha anotat en un any natural, i 33 guardons col·lectius, aconseguits amb el Barcelona i la Selecció Nacional d'Argentina.

Aproximadament rep uns 27.000.000 d'euros anuals ⁸ procedents exclusivament dels contractes publicitaris. Leo Messi és la icona principal de marques com Adidas, amb la que té signada un contracte que els permetrà units de forma vitalícia, Pepsi, Gillet i Turkish Airlines, entre d'altres.

A les xarxes socials acumula més de 90.000.000 de persones que el segueixen a Facebook i Instagram. El compte de Twitter @TeamMessi està dirigit per un equip de comunicació de la marca Adidas. Tot i no ser el compte personal del jugador té 2.500.000 de seguidors.

Cristiano Ronaldo (@cristiano)

Futbolista portuguès que juga en el Reial Madrid Club de Futbol. També és considerat com un dels millors futbolistes del món, acumulant cinc Pilotes d'Or, quatre Botes d'Or i dos premis *The Best* atorgats per la FIFA. Al llarg de la seva dilatada experiència com a jugador, en clubs com l'Sporting Club de Portugal, el Manchester United, el Reial Madrid i la Selecció Nacional de Portugal, ha aconseguit 27 trofeus col·lectius amb els equips que ha jugat.

⁸ Forbes. (2017). *Cristiano Ronaldo repite como el atleta mejor pagado del mundo en 2017*. Recuperat de <https://www.forbes.com.mx/cristiano-ronaldo-repite-atleta-mejor-pagado-del-mundo-2017/>

Cristiano Ronaldo obté uns beneficis anuals d'uns 35 milions d'euros⁹, procedents dels contractes publicitaris de marques com Nike, Herbalife, Castrol o CR7, la seva pròpia marca de roba i cadena hotelera. És un dels esportistes amb més seguidors a les xarxes socials: 122.000.000 d'usuaris el segueixen a Facebook, 125.000.000 a Instagram i gairebé 73.000.000 a Twitter.

Thomas Heurtel (@thomas_huertel)

Basquetbolista francès que forma part del Barça Lassa, la secció de basquet del Futbol Club Barcelona. En el seu primer any en l'equip català ha guanyat la Copa del Rei i ha realitzat un paper fonamental en la classificació del seu conjunt pels Playoffs, que decidiran quin equip s'emporta el campionat de la lliga ACB. Va ser guardonat amb el MVP de la Copa del Rei, premi que s'acredita al millor jugador del torneig, per la seva destacada actuació en cada una de les rondes eliminatòries que acostaven al Barça al títol. Anteriorment, en la seva estada al Anadolu Efes va guanyar la Copa de Turquia, on també rebre el premi MVP del campionat, i la Copa del President de Turquia.

Thomas Heurtel té signat un contracte publicitari amb Adidas, encara que els ingressos que percep d'aquest vessant són desconeguts. És un esportista poc actiu a les xarxes socials. Tot i això, té 20.000 seguidors a Twitter i 23.000 a Instagram. El seu perfil de Facebook està inactiu des del 2015, i amb prou feines arriba als 2.000 seguidors.

Marc Màrquez (@marcmarquez93)

Pilot de motociclisme espanyol que forma part de l'equip Repsol Honda de la MotoGP. Amb només 26 anys ja ha guanyat sis Campionats del Món de Motociclisme, en tres categories diferents: un en la categoria 125cc, un en Moto2, i quatre vegades en la MotoGP, on té el rècord de ser el pilot més jove en aconseguir un campionat en la màxima competició del motociclisme, així com per ser bicampió, tricampió i tetracampió.

⁹ Forbes. (2017). *Cristiano Ronaldo repite como el atleta mejor pagado del mundo en 2017*. Recuperat de <https://www.forbes.com.mx/cristiano-ronaldo-repite-atleta-mejor-pagado-del-mundo-2017/>

Actualment percep uns 6.000.000 d'euros¹⁰ procedents dels ingressos publicitaris de marques com Red Bull, Estrella Galicia, Tissot i Pull&Bear, entre d'altres. A les xarxes socials es mostra molt actiu, arribant als 4.000.000 de seguidors a Facebook i gairebé als 3.000.000 tant a Twitter com a Instagram.

Mireia Belmonte (@missbelmont)

Nedadora espanyola que ha participat en tres edicions dels Jocs Olímpics i s'ha proclamat campiona olímpica, mundial i europea en les categories d'estil papallona i estil lliure. En el seu medaller destaquen quatre medalles olímpiques, una d'or, sis mundials, una d'or, tretze europeus, de les quals quatre són d'or, i diverses plusmarques que l'acrediten com una de les millors nedadores del món.

Mireia Belmonte obté uns ingressos anuals que oscil·len entre els 100.000 i els 200.000 euros¹¹, depenent dels resultats que obtingui en les diverses competicions que participi al llarg de l'any. Aquests ingressos provenen de la venda dels seus drets d'imatge a marques com Nike, Speedo o Hyundai. A les xarxes socials acumula 200.000 seguidors a Facebook, 330.000 a Twitter i 170.000 a Instagram.

Rafael Nadal (@rafaelnadal)

Tenista espanyol que ha estat durant més de cent setmanes en la primera posició del rànquing de l'ATP. En els més de 17 anys que porta com a esportista professional, Rafael Nadal ha aconseguit una medalla d'or en els Jocs Olímpics del 2008 de Pequín i els del 2016 de Rio de Janeiro, quatre Copes Davis amb l'equip nacional espanyol i setze campionats del Grand Slam, són només alguns dels molts guardons que ha aconseguit al llarg de la seva dilatada trajectòria.

L'esportista balear està entre els tres tenistes millors pagats de l'actualitat. Ser un dels espanyols més reconeguts a escala mundial, juntament amb el seu bon rendiment a la

¹⁰ La jugada financiera. (2017). *¿Cuánto dinero cobra Marc Márquez? Análisis del negocio del 6 veces campeón del mundo*. Recuperat de <http://lajugadafinanciera.com/cuanto-cobra-marc-marquez-2017/>

¹¹ Varona, A. (2014). *¿Cuánto vale Mireia Belmonte?* Recuperat de <http://www.publico.es/deportes/vale-mireia-belmonte.html>

pista, li proporcionen 26.000.000 d'euros¹² aproximadament, exclusivament dels contractes publicitaris que manté amb marques com Nike, Banc Sabadell, Telefònica i Babolat, entre d'altres.

A les xarxes socials es mostra molt actiu a l'hora d'interaccionar amb els seus seguidors i compartir tot tipus d'informacions. A Facebook té més de 14.500.000 de seguidors, mentre que a Twitter està a punt d'arribar als 16.000.000. El seu compte d'Instagram acumula 4.600.000 persones que el segueixen.

¹² Forbes. (2017). *Rafael Nadal*. Recuperat de <https://www.forbes.com/profile/rafael-nadal/>

4. Investigació de camp

En aquest apartat intentarem donar resposta a les diverses preguntes que vam plantejar abans de començar amb l'elaboració del treball, i verificar o demostrar sí les hipòtesis plantejades eren certes o no. Per a fer-ho ens basarem en la informació rebuda en les entrevistes que vam fer a cadascun dels professionals del sector que tant ens interessava conèixer, així com el buidatge i anàlisi del contingut publicat als perfils de les xarxes socials dels esportistes d'elit escollits i totes les notícies relacionades amb aquesta temàtica que han aparegut en els mitjans de comunicació triats en el període de temps seleccionat.

4.1. Activitat i contingut dels esportistes a les xarxes socials

Després d'analitzar i recopilar totes les publicacions dels esportistes d'elit seleccionats a les xarxes socials, en un període de temps de tres mesos que va iniciar l'1 de gener i va perdurar fins al 31 de març, podem veure com utilitzen les xarxes socials, amb quin objectiu publiquen els *posts* o informacions, conèixer quin tipus de contingut comparteixen amb els seus seguidors i descobrir si utilitzen les diverses xarxes socials de la mateixa manera o si hi ha alguna diferència entre elles depenent de la temàtica de la publicació.

Els esportistes seleccionats per a l'estudi són Leo Messi, Cristiano Ronaldo, Thomas Heurtel, Marc Márquez, Mireia Belmonte i Rafael Nadal. Una de les coses que tots tenen en comú és que són esportistes d'elit referents en cadascun dels seus esports, sobretot en l'àmbit nacional. Tot i ser esportistes molt importants en les seves respectives seccions hi ha certes diferències entre ells, sobretot pel que fa a la importància mediàtica de l'esport que practiquen i que dona més o menys notorietat a l'esportista, el que es pot veure reflectit en la seva activitat a les xarxes socials, la relació amb les marques comercials i els ingressos procedents dels contractes publicitaris per promocionar els seus productes.

4.1.1. Leo Messi

Leo Messi és una persona força activa a les xarxes socials. No és un esportista que estigui cada dia publicant contingut i instants de la seva vida privada, però sí que està molt pendent de mantenir informats als seus seguidors, així que cada dos o tres dies es mostra actiu per mantenir una relació bidireccional amb els seus fans.

El jugador té un compte a Facebook i Instagram, però no a Twitter, ja que hi ha un perfil amb el seu nom que està dirigit per un equip de comunicació d'Adidas, la principal marca que vesteix a Leo Messi i del qual és la cara principal del seu *roster* d'esportistes contractats. El futbolista argentí no és una persona que domini a la perfecció l'ús de les xarxes socials, per això la seva compta de Facebook està a càrrec d'un equip de comunicació que el jugador té contractat, sota el nom de Leo Messi Management SL i que s'encarrega de tots els temes relacionats amb la comunicació de l'esportista. Això es pot comprovar veient com algunes de les publicacions a la pàgina de Facebook de Leo Messi estan signades amb un “-LIO” al final del post. En canvi a Instagram sí que controla personalment el seu propi compte i les fotografies i *stories* compartides.



Leo Messi entrenant-se amb la selecció d'Argentina. Imatge extreta del perfil a Facebook de Leo Messi: <https://www.facebook.com/leomessi/photos/a.699374540082143.1073741829.176063032413299/2182645178421731/?type=3&theater>

En el període de temps que s'han analitzat les xarxes socials de Leo Messi s'han comptabilitzat 67 posts publicats per l'esportista o l'equip de comunicació que el representa. Com s'ha comentat anteriorment el càlcul dóna menys d'una publicació per dia.

Hi ha una diferenciació molt clara pel que fa a la utilització de cada xarxa social. Facebook és la xarxa més utilitzada per l'esportista, seguida d'Instagram. Twitter ni ho comptabilitzem, ja que no està dirigida per Messi ni el seu equip i el contingut es mou exclusivament en promocionar els productes d'Adidas. A Facebook publica continguts relacionats sobretot amb la seva vida privada, informació esportiva i en promocionar els productes de les marques comercials que representa. En conclusió, utilitza Facebook per a compartir tot tipus de contingut amb els seus seguidors. En canvi, a Instagram és més selectiu a l'hora de publicar els seus posts. Instants de la seva vida privada juntament amb els seus fills i la seva parella o imatges amb els seus companys del Barça ocupen gran part del seu perfil a la xarxa. Cal destacar que tot el que publica a Instagram és compartit també a Facebook, instants després per part del seu equip de comunicació. Una altra distinció és que a Instagram únicament promociona els productes d'Adidas, mentre que a Facebook ho fa de totes les marques comercials que representa.



Leo Messi presenta les noves botes Nemeziz d'Adidas. Imatge extreta del compte d'Instagram de Leo Messi: <https://www.instagram.com/p/BebGPfjnLMo/?taken-by=leomessi>

De les 67 publicacions analitzades en els tres mesos d'estudi hi ha 16 posts on es promocionen els productes i les marques que representa Leo Messi, com Adidas, Pepsi, Lay's, SIRIN LABS o Tour n Cure. Per promocionar a aquestes marques utilitza una fotografia on apareix ell mateix amb el producte que representa o comparteix l'espot publicitari elaborat per a ser reproduït en els mitjans de comunicació. Un informe elaborat per la revista Forbes destaca com l'argentí pot arribar a percebre 150.000 euros¹³ per cada publicació publicitària. Al ser un esportista tan important també participa en actes per a causes solidàries, i utilitza les xarxes per amplificar la campanya i que arribi al nombre màxim de persones. Organitzacions benèfiques sense ànim de lucre com Unicef o l'Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona són representades per un dels esportistes més mediàtics del món.

El funcionament de les xarxes socials de Leo Messi és molt senzill, sobretot el seu compte de Facebook, ja que té un patró que repeteix setmana rere setmana a l'hora de publicar un contingut i mantenir informat als seus seguidors. Al tractar-se d'un futbolista que cada setmana té, com a mínim, un partit amb el seu equip repeteix la temàtica de les seves publicacions, només canviant el nom de l'equip rival al qual s'enfronta. A mitja setmana normalment publica una fotografia exercitant-se amb els seus companys en una de les sessions d'entrenament que serveixen per preparar el partit que el cap de setmana disputarà. Immediatament després de jugar el partit publica una altra fotografia on reproduceix



Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Atlètic de Madrid. Imatge extreta del perfil a Facebook de Leo Messi:

https://www.facebook.com/pg/leomessi/photos/?tab=album&album_id=2159227917430124

¹³ Suárez, O. (2016). *Cristiano, 200.000 euros por un tuit*. Recuperat de <http://www.elmundo.es/deportes/2016/03/30/56fc2c9ce2704eef348b45ea.html>

un instant d'aquell partit, amb un breu comentari dirigit a tots els seus seguidors, i a principis de setmana, quan ja s'ha acabat la jornada de lliga publica una galeria de fotografies amb instantànies del partit que dies enrere va disputar.

Constantment es repeteixen aquest tipus de publicacions al seu perfil de Facebook, que mantenen als seus seguidors informats i permeten la interacció entre ells i que comentin aspectes relacionats amb el partit i la competició.

Mentre que a Instagram, en tractar-se d'una xarxa social més personal, més íntima, deixa de costat les informacions merament esportives i dóna més importància als aspectes de la seva vida privada, com la seva família, composta per la seva dona Antonella i els seus tres fills Thiago, Mateo i Ciro, i els seus amics més pròxims, que de vegades coincideixen amb els companys del Barça i els de la selecció d'Argentina.



Leo Messi amb els seus fills Tiago i Mateo. Imatge extreta del compte d'Instagram de Leo Messi:
https://www.instagram.com/p/Be_KLk3ngar/?taken-by=leomessi

4.1.2. Cristiano Ronaldo

Cristiano Ronaldo és una persona molt activa a les xarxes. El jugador es preocupa molt de la seva imatge pública i compta amb un ampli equip professional que s'encarrega de tots els assumptes relacionats amb la seva comunicació. Tot i això és una persona molt hàbil amb les noves tecnologies, el que fa que domini a la perfecció la utilitat i el manteniment de les seves xarxes socials. El mateix jugador s'encarrega personalment de dirigir els seus perfils a les xarxes socials i de publicar tot el que decideix.

Cristiano Ronaldo és un dels esportistes amb més seguidors a les xarxes socials del món. És molt actiu en totes les xarxes socials, Facebook, Twitter i Instagram, on pràcticament cada dia es preocupa de compartir una fotografia, anunci o informació amb els seus seguidors.

En els tres mesos que s'han analitzat els perfils de Cristiano Ronaldo a les xarxes socials s'han comptabilitzat 73 publicacions. El jugador portuguès no fa variacions a l'hora d'actuar en les diferents xarxes, ja que en la majoria dels casos publica el mateix post en totes les plataformes digitals. Només en algun cas puntual ha realitzat alguna distinció pel que fa a la xarxa social utilitzada. És a dir, alguna fotografia amb la seva parella en un context més íntim o una *selfie* del mateix jugador només tenen cabuda a Instagram, segurament la xarxa social més personal i privada dels jugadors. Per a totes les altres publicacions utilitza totes les xarxes socials que té disponibles perquè arribi a tots els seus seguidors.



Cristiano Ronaldo amb la seva parella Georgina en una piscina. Imatge extreta del compte d'Instagram de Cristiano Ronaldo: <https://www.instagram.com/p/BgO-YPZF9gz/?taken-by=cristiano>

De les 73 publicacions analitzades a les xarxes socials de Cristiano Ronaldo hi ha 31 que són destinades a la publicitat dels productes i marques que representa. Cal destacar que és un número elevat de posts comercials, però descriu molt bé la manera en com utilitza aquest esportista les xarxes socials. Cristiano, juntament amb Messi, són esportistes que perceben una elevada quantitat d'ingressos procedents dels contractes publicitaris i de la venda dels seus drets d'imatge. Com la majoria de persones mediàtiques que tenen relació amb les marques comercials, Cristiano Ronaldo utilitza les xarxes socials com una via de promoció per donar a conèixer els productes de la seva pròpia marca, CR7, que va crear per llançar la seva línia de roba i cadena d'hotels, i de les marques que el contracten perquè sigui la cara principal de la companyia, com Nike, Herbalife, Egyptian Steel o MEO, entre d'altres. El preu mitjà que percep Cristiano Ronaldo per cada post publicitari ronda els 260.000 euros¹⁴, tot i que de vegades ha arribat a cobrar més de mig milió d'euros per una simple fotografia en la qual es vegi la marca del producte que promociona. El futbolista portuguès és l'esportista amb més seguidors a les xarxes socials del món i el que més diners percep procedents de les publicacions publicitàries a les xarxes socials

També és un esportista que s'interessa a ajudar a les organitzacions benèfiques i prendre part en les seves iniciatives solidàries, i utilitza les xarxes per donar a conèixer la seva activitat i animar als seus seguidors a ser més solidaris. ONGs com Save the Children compten amb l'ajut de Cristiano Ronaldo per tractar de fer més visibles les campanyes que duen a terme.



Cristiano Ronaldo @Cristiano · 11 mar.

That feeling when you reach your goal 🏆 See how @herbalife is helping people achieve their goals herbl.me/2Dbq5Uq #BehindTheResults #FuelYourXSXW

Traducir Tweet



800 4,5K 49K

Cristiano Ronaldo és la imatge d'Herbalife Nutrition. Imatge extreta del perfil a Twitter de Cristiano Ronaldo: <https://twitter.com/Cristiano/status/972894898079911936>

¹⁴ Forbes. (2015). *Los 10 atletas mejor pagados en Twitter*. Recuperat de <https://www.forbes.com.mx/los-10-atletas-mejor-pagados-en-twitter/>

D'altra banda utilitza les xarxes socials per fer-ne un ús més comú, és a dir, com ho faria qualsevol persona anònima. Cristiano Ronaldo deixa present a les xarxes instants de la seva vida privada, amb la seva parella Georgina i els seus fills Cristiano Jr, Mateo, Alana i Eva, així com fotografies amb amics i companys del Reial Madrid i la selecció portuguesa i informacions esportives relacionades amb els partits i campionats que el seu equip disputa.



Cristiano Ronaldo, Marcelo i Casemiro es preparen per agafar l'avió que els portarà a Torí. Imatge extreta del perfil a Facebook de Cristiano Ronaldo:
<https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.10151985306187164.1073741843.81221197163/10156261713197164/?type=3&theater>

4.1.3. Thomas Heurtel

Segurament Thomas Heurtel és l'esportista menys mediàtic i que menys repercussió té entre tots els analitzats, sobretot pel que fa a les aparicions en els mitjans de comunicació. Pel que fa a les xarxes socials es mostra com a una persona molt poc activa en aquest àmbit. El seu compte de Facebook està inactiu des de l'any 2015, mentre que el seu perfil de Twitter i Instagram té molt poca activitat.

En els noranta dies que va durar l'estudi de les seves xarxes socials, Thomas Heurtel només va publicar 14 posts. El jugador utilitza indistintament tant Twitter com Instagram per compartir les seves publicacions amb els seus seguidors. A Twitter normalment valora els partits que disputa amb el Barça i adjunta alguna fotografia, mentre que a Instagram es mostra a ell mateix amb els seus companys d'equip, amb la seva parella o amb els trofeus aconseguits al llarg de la temporada.



Thomas Heurtel i la seva parella amb el trofeu MVP que l'acredita com el millor jugador de la final de la Copa del Rei. Imatge extreta del compte d'Instagram de Thomas Heurtel: https://www.instagram.com/p/Bfb8hAihPhX/?taken-by=thomas_heurtel

Tot i ser un esportista molt llorejat i respectat entre els seus companys de professió i els seguidors de bàsquet, el nostre país té una percepció menor d'aquest esport que la que tenen altres nacions, on els basquetbolistes són considerades autèntiques estrelles mediàtiques, com els Estats Units, Grècia o Turquia. Aquests països tenen una cultura basquetbolista molt potent, ja que és la principal font d'entreteniment esportiu i l'esport més practicat entre els seus ciutadans.

En canvi a Espanya no tenim aquesta afició pel bàsquet. Altres esports ocupen més espais en els mitjans de comunicació i tenen un ressò mediàtic major. Per això els esportistes que vénen a jugar a basquet al nostre país no són considerades precisament persones mediàtiques.

Thomas Heurtel és una basquetbolista que forma part de l'equip d'esportistes que representen a la marca Adidas. Tot i això no mostra cap tipus de contingut relacionat amb la publicitat i la promoció de cap producte. Les seves xarxes socials són molt personals, on mostra captures de la seva activitat professional i instants de la seva vida privada.



4.1.4. Marc Márquez

Marc Márquez és l'esportista més jove d'entre tots els analitzats, i segurament és dels que millor domina les xarxes socials. És una persona molt activa que li agrada mantenir informats als seus seguidors i participar en els temes que van sorgint per Internet i les xarxes. El pilot s'encarrega personalment de dirigir els seus comptes i perfils, i de compartir les experiències que viu per tot el món quan viatja a les diferents localitats quan competeix.

És una persona que diàriament utilitza les xarxes socials i està molt pendent dels temes candents i de major interès del moment. En el període de temps analitzat, l'esportista va realitzar 108 publicacions en els seus comptes de Facebook, Twitter i Instagram. A l'hora de compartir una informació relacionada amb la seva persona, si considera que és rellevant, no dubta en publicar-la en totes les seves xarxes socials. Márquez utilitza únicament Twitter, una xarxa a la baixa que cada vegada s'utilitza menys entre els esportistes d'elit, per interaccionar o mantenir conversacions amb seguidors o persones conegudes, com altres esportistes, actors o cantants, i per debatre i expressar la seva opinió en els *trending tòpic*, és a dir, els temes o tendències del moment. D'altra banda utilitza Facebook i Instagram de forma similar, ja que en la majoria de les ocasions que publica algun contingut ho comparteix simultàniament en les dues xarxes socials.

Pel que fa a la temàtica de les seves publicacions podríem dir que es força variada, sobretot si ho comparem amb altres esportives que exclusivament les utilitzen per mostrar els instants de la seva vida privada i promocionar els productes de les marques que representen. Marc Márquez va més enllà d'això, mostrant-se a les xarxes socials tal com és, una persona pròxima i amable amb les persones que l'envolten.

Márquez també és un esportista molt mediàtic, el seu carisma i el seu bon paper a les pistes han cridat l'atenció de les marques comercials perquè sigui la cara visible dels



Imatge promocional del rellotge Tissot de Marc Márquez.

Imatge extreta del perfil a Facebook de Marc Márquez:

<https://www.facebook.com/marcm Marquez1993/photos/a.116012641742528.20208.114867541857038/1860761060601002/?type=3&theater>

seus productes. I com tots els esportistes ha sabut entendre aquest nou mercat i ha aprofitat l'aparició de les xarxes socials per fer publicitat de les marques que tenen comprats els drets d'imatge del motociclista. En els tres mesos que va durar l'estudi va publicar 26 posts exclusivament per complir amb els requisits i compromisos que té pendents amb les marques comercials que representa, com Repsol, Tissot, Pull & Bear, Hugo Boss o Allianz Seguros, entre d'altres. S'estima que pot rebre un preu aproximat de 20.000 euros¹⁵ per cada piulada o publicació publicitària.

Una de les principals funcions de les xarxes socials és la interacció amb una comunitat digital, que en el cas dels esportistes està formada pels seus seguidors, familiars i amics. Sembla que últimament els esportistes, almenys els considerats més mediàtics, no prenen part dels temes que afecten a la societat o tenen una rellevància a les xarxes socials. Tant en el cas de Leo Messi com de Cristiano Ronaldo, els jugadors només es mouen per allò que els aporta un benefici econòmic, és a dir, la seva activitat professional i la publicitat provinent de la venda dels seus drets d'imatge. A Marc Márquez li agrada interactuar amb els seus seguidors i utilitza les xarxes socials per posar-se en contacte amb altres personalitats mediàtiques, com quan va felicitar a Carlos Sainz després de guanyar el Dakar, quan va felicitar a Rafa Nadal i Garbiñe Muguruza pel seu premi, o quan comentava en directe la final del programa de televisió Operación Triunfo.



Imatge de la final del programa televisiu Operación Triunfo. Imatge extreta del perfil a Twitter de Marc Márquez: <https://twitter.com/marcmarquez93/status/960644401855909888>

¹⁵ Suárez, O. (2016). *Cristiano, 200.000 euros por un tuit*. Recuperat de <http://www.elmundo.es/deportes/2016/03/30/56fc2c9ce2704eef348b45ea.html>

D'altra banda, com ja és més habitual entre els esportistes d'elit, Márquez utilitza les xarxes socials per comentar i valorar les proves, entrenaments i curses en les quals va participant al llarg de la competició, així com instants i moments de la seva vida privada, que comparteix amb amics, la seva parella i familiars com el seu germà, Àlex Márquez, amb el qual manté una relació molt propera i amb el que comparteix la mateixa passió pels esports de motor i pel motociclisme.



Marc Márquez en el Gran Premi de Qatar, disputat al Circuit Internacional de Losail. Imatge extreta del compte d'Instagram de Marc Márquez: <https://www.instagram.com/p/Bf4AX3jjuaZ/?taken-by=marcmarquez93>

4.1.5. Mireia Belmonte

Tot i ser una esportista jove que entén i domina les noves tecnologies, Mireia Belmonte és una persona poc activa a les xarxes socials. Controla personalment el seu perfil de Facebook, Twitter i Instagram, encara que no segueix un patró lògic a l'hora d'utilitzar-les depenen del contingut del post. La xarxa més utilitzada per la nedadora és Instagram, on combina publicacions que capten els instants de la seva vida privada i publicitat de les marques i productes que promociona. Tant Facebook com Twitter són xarxes que utilitza puntualment quan vol compartir un *espot* o anunci publicitari més llarg que no té cabuda a Instagram, quan vol escriure un text més elaborat o quan pretén interaccionar amb els seus seguidors.



Tweet de Mireia Belmonte. Imatge extreta del perfil a Twitter de Mireia Belmonte: https://twitter.com/miss_belmont/status/949538332404535296

De les 20 publicacions que va compartir a les xarxes socials amb els seus seguidors, en el període de temps establert, hi ha 12 posts on promociona els productes de les marques que representa. És a dir, més de la meitat de la seva activitat a les xarxes socials va destinada a la publicitat. Marques com Speedo, Hyundai, Nike i Cola Cao són algunes de les empreses que es van fixar en Mireia Belmonte

perquè fos la cara visible dels seus productes.



Mireia Belmonte amb un Hyundai Kona. Imatge extreta del compte d'Instagram de Mireia Belmonte: <https://www.instagram.com/p/BfDSVXdn1h9/?taken-by=missbelmont>

D'altra banda també utilitza les xarxes socials per compartir els moments que passa amb les seves amistats i amb els seus entrenadors i companys d'equip, amb els quals han fet un gran grup després de conèixer tots els dies junts en el Centre d'Alt Rendiment, així com amb la seva parella i els seus familiars.



Mireia Belmonte amb la seva parella, Javier Herranz. Imatge extreta del compte d'Instagram de Mireia Belmonte: https://www.instagram.com/p/Beqk_cHHnhX/?taken-by=missbelmont

4.1.6. Rafael Nadal

Rafael Nadal és una persona força activa a les xarxes socials, tot i que no arriba al nivell d'activitat d'esportistes com Leo Messi, Cristiano Ronaldo o Marc Márquez. El tenista s'encarrega personalment de dirigir els seus propis perfils a les xarxes socials i de seleccionar els continguts que publica. El tenista utilitza les xarxes d'una forma diferent de la que la majoria dels esportistes les fan servir, ja que intenta mantenir informat en tot moment als seus seguidors de tots els tornejos i competicions que disputa al llarg de l'any. Nadal prepara un missatge molt més elaborat i detallat per explicar i valorar com s'està preparant pels partits i els problemes que han anat sorgint. Segurament és un dels esportistes que té una relació més propera amb els seus seguidors, ja que s'allunya del simple "Bon partit. Victòria important. Seguim treballant" que caracteritza a la majoria de publicacions informatives que pegen els esportistes a les xarxes socials.



Rafa Nadal

28 de febrero · 🌐

Hola a todos, malas noticias hoy desde Acapulco. Ayer en mi último entrenamiento antes del primer partido sufrí un pinchazo en la zona donde sufrí la lesión en el Open de Australia. Esta mañana fuimos al hospital e hicimos una resonancia magnética. Tendremos que hacer mas pruebas para ver el alcance de la lesión.

Por ahora la noticia triste es no podré jugar aquí en México ante este público maravilloso que siempre me trata con tanto cariño. Os seguiré manteniendo informados. Gracias a todos por el apoyo!

Text informatiu sobre l'estat de la lesió de Rafael Nadal. Imatge extreta del perfil a Facebook de Rafael Nadal: <https://www.facebook.com/Nadal/posts/10155636487836026>

Rafael Nadal utilitza tots els perfils de les xarxes socials, però sense una distinció clara que evidenciï quan utilitza una o quan utilitza l'altra, ni amb quin motiu ho fa, és a dir, utilitza indistintament Facebook, Twitter i Instagram per compartir les seves publicacions a les xarxes digitals. Tot i que quan vol compartir un text informatiu com l'anterior, més elaborat i detallat, i per tant més extens, utilitza tant Facebook com Twitter, plataformes destinades a aquest tipus de publicacions. En canvi, quan interacciona amb els seus seguidors o comenta algun dels temes del moment utilitza Twitter, una plataforma que afavoreix el diàleg i la interacció entre els seus membres. I sobretot utilitza Instagram per mostrar els instants més íntims i privats de la seva vida, com quan passa una estona i gaudeix amb els amics, familiars o vol mostrar algun aspecte del seu joc que ha estat entrenant.



Rafa Nadal @RafaelNadal · 9 de febr.

Querida Debora, por favor dale las gracias de mi parte a tu bisabuela por esta emotiva carta y su contenido que llega al corazón. Todas las cartas y muestras de apoyo que recibo de todos vosotros significan mucho para mí. Muchas gracias



Debora Mansur @Deboramansurr

Mi bisabuela es fan #1 de Nadal y siempre le escribe cartas y se las manda hasta España. Como jamás ha recibido respuesta, le pedí que escribiera una para twitter y me dio esto...le harían el día si me ayudan a que Nadal la lea...

Tradueix e tuit



754



10m



44m



Missatge d'agraïment de Rafel Nadal a una seguidora. Imatge extreta del perfil a Twitter de Rafael Nadal: <https://twitter.com/RafaelNadal/status/962078865387606016>

En gairebé tres mesos Rafael Nadal va publicar 59 posts en les seves xarxes socials, d'un contingut tan variat com els que hem comentat anteriorment. Als seus perfils podem trobar detallades informacions esportives sobre el seu estat físic i les valoracions i percepcions que té abans i després de disputar els partits d'exhibició i competició en els que ha participat, vídeos on es mostra exercitant-se, instants de la seva vida privada amb amics, familiars i la seva parella, i publicacions on promociona els productes i les marques comercials que representa.

La publicitat i la venda dels drets d'imatge dels esportistes representen una gran part dels ingressos que perceben els jugadors al llarg de l'any, i tenen més importància quan són esports, considerats minoritaris, en els que el salari base que tenen únicament per realitzar la seva professió no suposa cap milionada. En aquest període de temps Rafael Nadal ha publicat 14 posts publicitaris, de marques comercials com Babolat, Movistar, KIA o Banc Sabadell.



rafaelnadal • Seguir

rafaelnadal Something special coming from @babolat... #PureAeroDecima

Cargar más comentarios

tennisnitsuk Keep an eye on tennisnits.com

drucllapurdy Das sie so bald gekommen sagt ihnen Dank

marrakinotaur dich will ich zur Zarin nehmen

nikolasazazel Umhingen uns in braunen Lappen lang

rulosalinas @paopc

oom_zozo It's not the end .. every end is a new begining just take care of yourself your helth is much more important than any compition

alsadadorimr Es kommt noch an die Stunde vielleicht in kurzer Frist



70.982 Me gusta

10 DE FEBRERO

Añade un comentario...

Imatge publicitària de la marca de raquetes de tennis Babolat. Imatge extreta del compte d'Instagram de Rafael Nadal: <https://www.instagram.com/p/BfB0R9dggpi/?taken-by=rafaelnadal>

El tenista és un dels esportistes espanyols més llorejats i mediàtics. Nadal representa habitualment a Espanya en els diversos tornejos internacionals que disputa i la seva aparició en els mitjans de comunicació és constant. A causa del seu gran impacte mediàtic, les marques comercials estan disposades a pagar uns 55.000 euros¹⁶ aproximadament per cada publicació publicitària a les xarxes socials.

¹⁶ Forbes. (2015). *Los 10 atletas mejor pagados en Twitter*. Recuperat de <https://www.forbes.com.mx/los-10-atletas-mejor-pagadosen-twitter/>

4.2. El ressò mediàtic dels esportistes als mitjans de comunicació

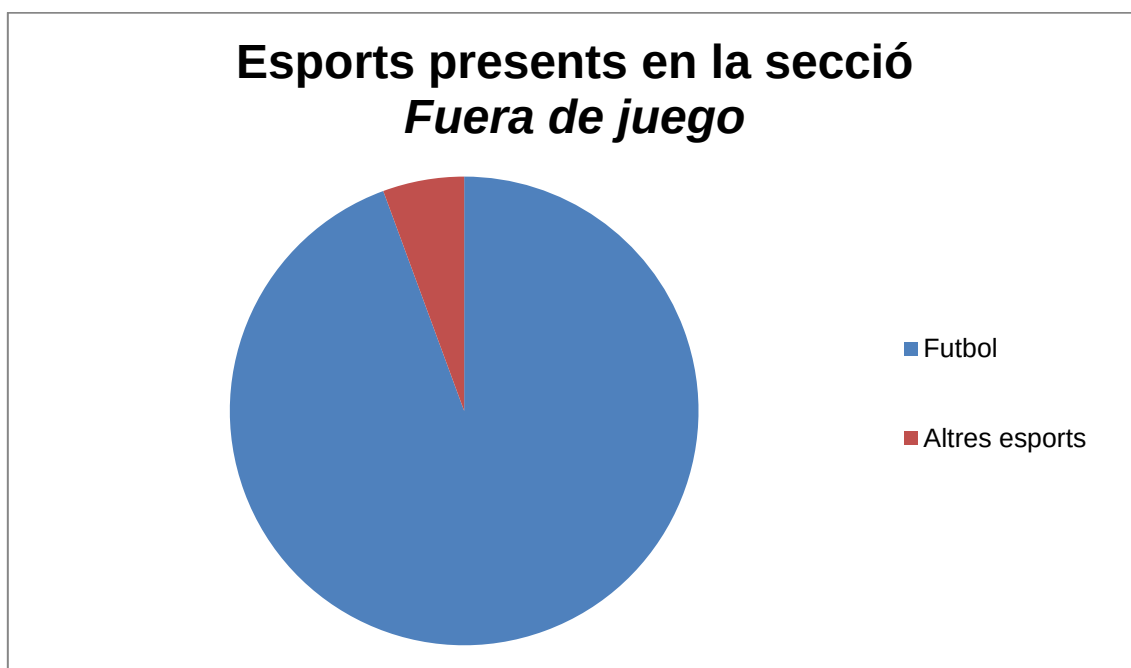
Les versions digitals dels quatre mitjans de comunicació analitzats comptem amb una secció on publiquen totes les notícies relacionades amb les xarxes socials, en general, tinguin o no a veure amb l'activitat dels esportistes. En aquest apartat s'analitzarà com tracten el diari Sport, el Mundo Deportivo, l'AS i el Marca les publicacions dels esportistes d'elit a les xarxes socials. Exclusivament esportistes, perquè en el temps analitzat –de l'1 de gener fins al 31 de març- també hi ha un tipus de contingut provinent de les publicacions a les xarxes socials d'artistes, actors, comptes oficials dels clubs i equips esportius professionals, així com de les persones que formen part del cercle més íntim i personal del personatge mediàtic, com poden ser les seves amistats o familiars més propers.

D'altra banda s'observarà quins esports tenen més presència en aquest tipus de seccions i quins esportistes són més mediàtics i generen més interès entre els lectors de cada mitjà, i valorarem si el contingut informatiu de les notícies publicades tenen un interès merament esportiu o si compleixen amb les funcions del sensacionalisme i mostres les activitats de la vida privada dels esportistes d'elit i el seu entorn més pròxim.

4.2.1. Sport

El diari Sport té una secció nomenada *Fuera de juego* (<https://www.sport.es/es/fuera-de-juego/>) on publiquen totes les notícies relacionades amb les xarxes socials, amb personalitats mediàtiques, encara que no tinguin relació amb el món de l'esport, i tot tipus de fets i vídeos virals que tenen lloc a Internet. En aquesta secció podem trobar tot tipus de notícies produïdes arran de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, així com l'activitat d'actors, cantant i personalitats que solen aparèixer en els mitjans de comunicació especialitzats en el sensacionalisme i la premsa del cor.

Centrant-nos únicament en les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes d'elit a les xarxes socials, que són la majoria que apareixen en la secció, el diari Sport va publicar 196 notícies en els tres mesos que va durar l'estudi, el que dona una mitjana de més de dues notícies publicades al dia sobre aquesta temàtica.

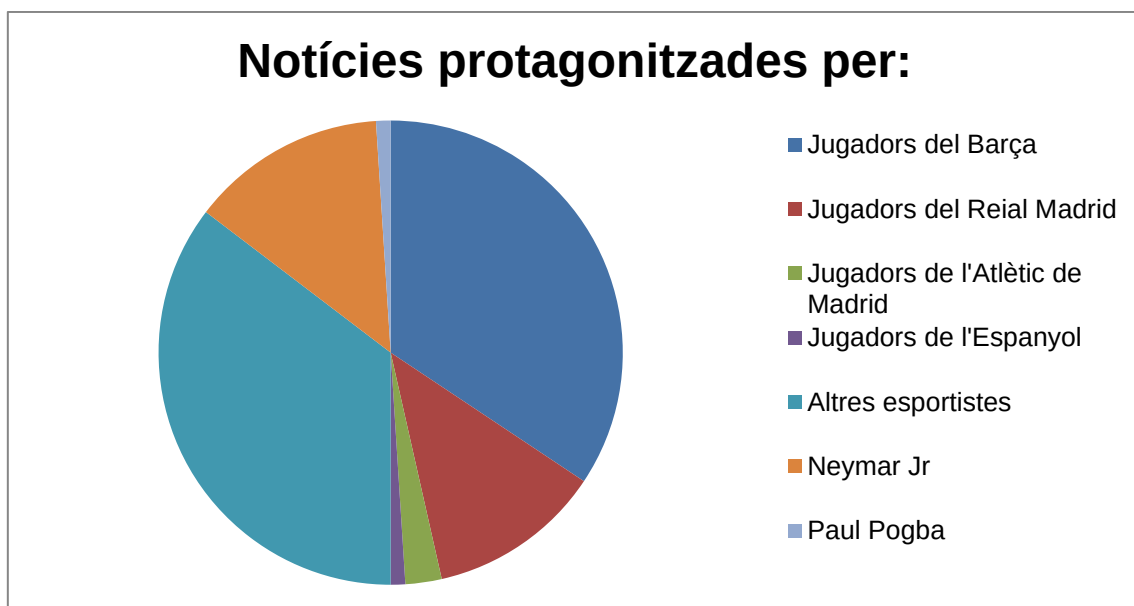


El 94% de les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són de futbolistes. Font: pròpia.

De totes les notícies que el diari Sport recull, sorgides arran de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, el 94% són protagonitzades per futbolistes i persones pròximes aquest esport, com poden ser entrenador, seleccionadors o dirigents dels equips professionals. El percentatge restant el completen notícies relacionades amb esportistes d'altres esports com el bàsquet, tenis o motociclisme.

És evident que l'Sport és un diari que tracta principalment l'actualitat futbolística, concretament la del Futbol Club Barcelona. Les notícies protagonitzades per futbolistes ocupen la gran majoria de les publicacions relacionades amb els esportistes a les xarxes socials, sent els jugadors del Barça els que estan més presents en la secció. Els lectors del diari, majoritàriament seguidors de l'equip català, els interessa la informació esportiva del seu equip i l'activitat i vida privada dels seus jugadors quan s'allunyen dels terrenys de joc. L'activitat dels jugadors del Reial Madrid, el màxim competidor del Barça en totes les competicions, a les xarxes socials també genera certa atenció entre els lectors de l'Sport, com els de l'Atlètic de Madrid i els de l'Espanyol, equip català amb el qual també es manté una gran rivalitat.

D'altra banda, futbolistes molt mediàtics, que de vegades són més notícia per les seves accions fora del camp que per la seva activitat esportiva, com Neymar Jr, Paul Pogba o Zlatan Ibrahimovic, apareixen constantment perquè són futbolístiques amb molts seguidors a les xarxes socials i una gran activitat que els dóna molta notorietat. S'ha convertit en un fet comú veure notícies que mostren el nou tatuatge de Neymar o el divertit ball de Pogba amb els seus companys d'equip. També apareixen, encara que de manera puntual, esportistes que han esdevingut notícia per aconseguir un fet extraordinari o poc comú, o per alguna tragèdia que ha sacsejat el món de l'esport, com quan per exemple va morir sobtadament Davide Astori, jugador italià de la Fiorentina, i es va fer un recull de les publicacions que tots els esportistes havien fet per acomiadar al seu company.



Els jugadors del Barça i del Reial Madrid protagonitzen gairebé la meitat de les notícies relacionades amb les publicacions dels futbolistes a les xarxes socials. Font: pròpia.

Informativament parlant es pot criticar al diari Sport en alguns aspectes, ja que de vegades cauen en la trampa d'oferir informacions poc rellevants a nivell esportiu, amb un titular sensacionalista i que cridi l'atenció dels lectors, a la cerca fàcil del *click* i de les visites, el que és conegut comunament com el *clickbait*.

Un tema molt recurrent és la relació sentimental de Gerard Piqué amb la seva parella Shakira, cantant colombiana, també molt mediàtica i amb molta presència en els mitjans de comunicació. Tot i coneixes des de fa més de vuit anys i tindre dos fills en comú, la seva relació sempre ha estat qüestionada pels mitjans, i es posava en dubte si continuarien junts o finalment se separarien. El jugador del Barça va publicar una fotografia amb Shakira, demostrant que la seva relació estava bé i enviava un clar missatge als mitjans de comunicació, amb l'objectiu d'aclarir la polèmica que ells mateixos havien creat.

Piqué demuestra a los medios que su relación con Shakira va 'viento en popa'

- El central blaugrana subió una imagen 'junto' a Shakira en Instagram
- Los rumores sobre la separación de la pareja estaban a la orden del día



Piqué deja un recadito a varios medios en la red | sport



Publicidad



Gerard Piqué és fotografia amb Shakira. Imatge extreta de la versió web del diari Sport:
<https://www.sport.es/es/noticias/fuera-de-juego/pique-demuestra-los-medios-que-relacion-con-shakira-viento-popa-6724024>

El contingut informatiu d'aquesta publicació, esportivament parlant, és nul. En tractar-se de dues personalitats tan mediàtiques, els mitjans de comunicació, fins i tot els esportius, consideren que encara que no compleixi amb els ítems informatius que solen publicar, pot ser un tema que interressi als seus lectors i que generi un gran nombre de visites i comentaris en la versió web del diari.

D'altra banda, també podem trobar publicacions tan poc rellevants com el nou pentinat i color de cabell de Paul Pogba, que a priori, poc haurien d'interessar als lectors del diari Sport, majoritàriament seguidors del Barça. Paul Pogba és un futbolista francès que va fixar pel Manchester United a principi de temporada, provinent de la Juventus. La polèmica, almenys pels redactors de l'Sport, sorgeix quan el futbolista es pinta el cabell de color blau, el color de la vestimenta del Manchester City, màxim rival del Manchester United. Pogba és d'aquells jugadors que sol aparèixer en els mitjans de comunicació per les seves accions fora dels terrenys de joc, més que per la seva activitat esportiva. És un perfil de futbolista diferent, també molt mediàtic i amb molts seguidors a les xarxes socials, que agrada als seus seguidors perquè és grava cantant, ballant, bromejant amb els companys i per dur un estil i una estètica més que curiosa.

Aquesta notícia no és tant sensacionalista com l'anterior, ja que enfoca directament al problema d'un esportista amb la seva parella, i per tant és una intromissió a la seva vida privada. En canvi, que un jugador es pinti el cabell de color blau és pràcticament irrellevant per a qualsevol lector, però en tractar-se de Paul Pogba, un futbolista simpàtic, diferent i carismàtic, segur que genera una gran activitat i un gran nombre de visites.

Pogba se pinta de los colores del Manchester City

- El futbolista ha vuelto a cambiarse de estilo de pelo
- El centrocampista del Manchester United se encuentra concentrado con la selección francesa



Paul Pogba, vuelve a sorprender con su cambio de look | Instagram

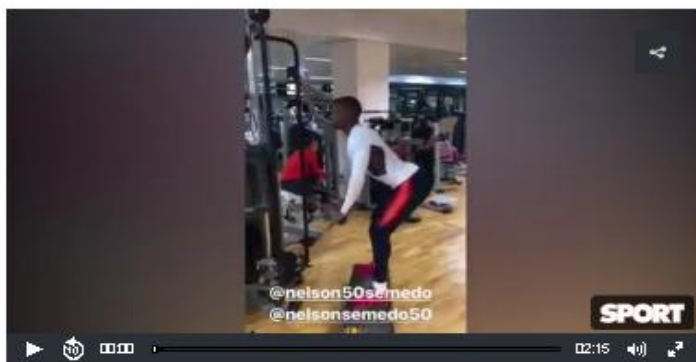


Paul Pogba mostra a les xarxes socials el seu nou pentinat. Imatge extreta de la versió web del diari Sport: <https://www.sport.es/es/noticias/fuera-de-juego/pogba-pinta-los-colores-del-manchester-city-6701380>

Un dels aspectes positius de les xarxes socials és la gran quantitat d'informació que generen, i en el cas del periodisme esportiu i dels mitjans de comunicació especialitzats en els esports, segurament mai veurien la llum si els mateixos esportistes no les publicuessin. Per exemple, és molt comú entre els esportistes mostrar a les xarxes socials als seus seguidors com es recuperen en un període de baixa a causa d'una lesió, per valorar quin és el seu estat físic i de forma i avaluar com està anant aquest procediment. Els mitjans de comunicació aprofiten aquestes publicacions per crear una informació molt útil, ja que et permet veure si un futbolista comença a exercitar-se en el gimnàs o si ja està en la darrera fase i s'entrena conjuntament amb tot l'equip. El defensa portuguès del Barça, Nelson Semedo, es va lesionar en la primera part de la temporada, i les seves publicacions a les xarxes socials van servir per mostrar com anava evolucionant la lesió i comunicar als seguidors de l'equip que tot anava amb bon camí i dins del termini establert.

La brutal preparación de Nelson Semedo para ganar la Liga

- Nelson Semedo no descansa y quiere prepararse a fondo para estar a disposición del Barcelona en esta recta final de la temporada
- Nelson Semedo ha estado apartado de los terrenos de juego tras caer lesionado ante el Girona en la Liga



Nelson Semedo trabaja duro en la fase final de su recuperación para volver cuanto antes con el Barça | sport.es



Nelson Semedo es recupera de la lesió al gimnàs. Imatge extreta de la versió web del diari Sport: <https://www.sport.es/es/noticias/barca/brutal-preparacion-nelson-semedo-para-ganar-liga-video-6716272>

Aquest tipus de publicacions són molt positives pel periodisme, ja que el protagonista del fet notíciat també sol ser la font informativa, el que aporta més credibilitat a la història. A més, el contingut és únicament esportiu i està enfocat a la seva activitat professional com a esportista d'elit.

Un altre exemple és quan Leo Messi va publicar una fotografia a les xarxes socials amb el seu fill Thiago. A simple vista sembla que és una notícia poc rellevant i sense cap tipus de contingut esportiu. Però la veritat és que aportava certa informació que és de l'interès dels seguidors del Barça. Mentre el seu equip jugava contra el Màlaga, en el partit corresponent a la jornada de lliga, Messi estava a l'hospital amb la seva dona esperant el naixement del seu tercer fill, el seu fill Thiago. El jugador argentí no va poder participar en el partit però va dedicar un missatge d'ànim als seus companys, i els seguidors de l'equip van entendre el motiu pel qual Messi no va anar convocat en la llista de jugadors disponibles. A més del missatge, on esperançava als seus companys a aconseguir una nova victòria que acostés a l'equip a la consecució del títol, es pot observar com seguia el partit a través d'una televisió, des de l'habitació de la clínica on la seva parella donaria a llum al nadó.

Messi apoya a sus compañeros desde la clínica

- El argentino no viajó a Málaga por el nacimiento de Thiago, su tercer hijo
- Subió a Instagram una foto con Thiago viendo el juego



Leo y Thiago desde la clínica | INSTAGRAM

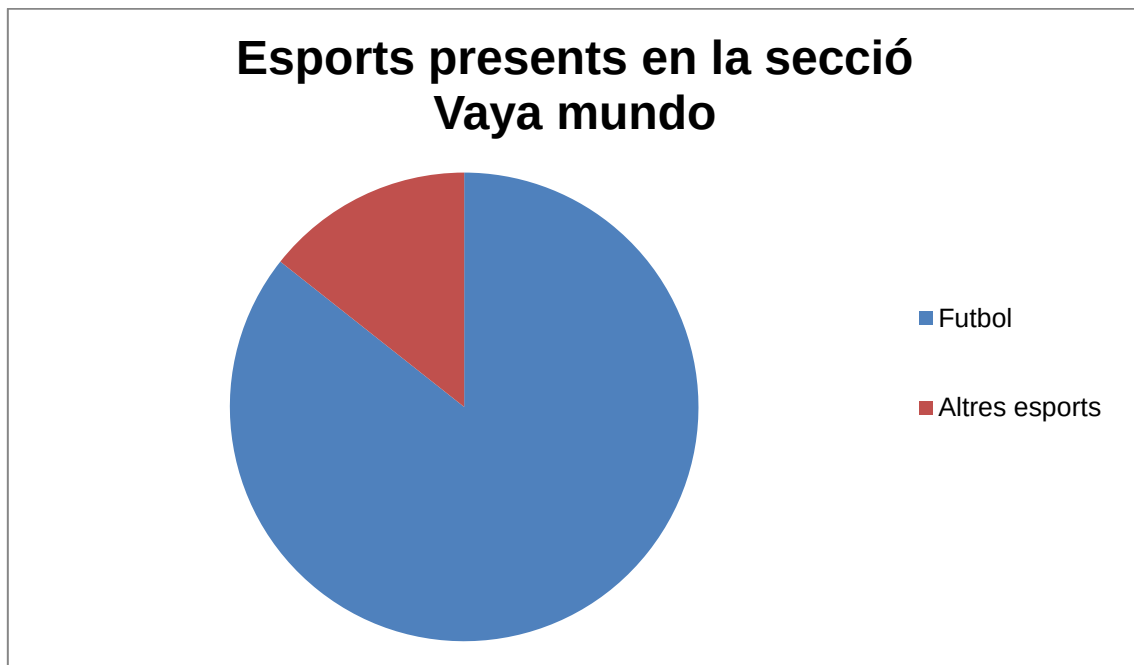


Leo Messi i el seu fill Thiago donen suport al Barça des de l'hospital. Imatge extreta de la versió web del diari Sport: <https://www.sport.es/es/noticias/barca/messi-apoya-sus-companeros-desde-clinica-6681301>

4.2.2. Mundo Deportivo

El Mundo Deportivo també té una secció informativa on destinen totes les notícies relacionades amb les publicacions a les xarxes socials i els fets virals d'Internet, sota el nom de *Vaya mundo* (<http://www.mundodeportivo.com/vaya-mundo>). En aquest apartat tenen cabuda les informacions sobre l'activitat dels esportistes a les xarxes socials i en la seva vida privada, així com fets còmics, característics o poc habituals en el món de l'esport. Totes les notícies són d'una temàtica esportiva, on els principals protagonistes són els mateixos esportistes o personalitats amb molta presència en l'àmbit esportiu, com exfutbolistes que han tingut una gran trajectòria professional, i que encara a dia d'avui ocupen espais en els mitjans de comunicació quan opinen sobre un fet determinat.

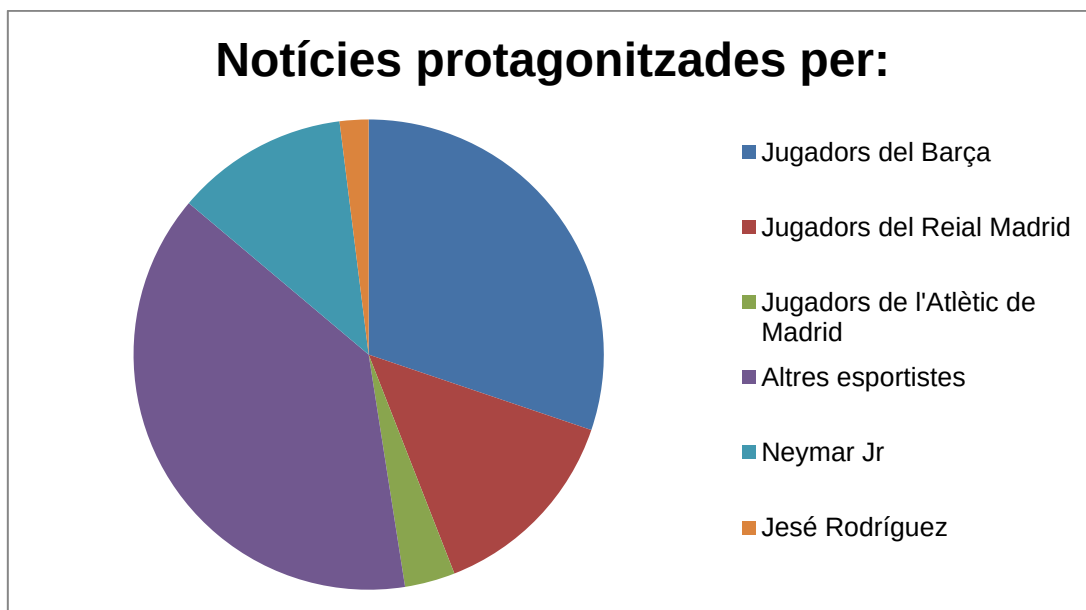
En poc més de 90 dies, el Mundo Deportivo va publicar 202 notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials i la seva activitat a Internet, el que promitja més de dues notícies diàries enfocades a cobrir tot el que passa a la xarxa.



La gran majoria de les notícies publicades tenen una temàtica comuna: el futbol. Font: pròpia.

El 86% de les notícies recollides en el període de temps seleccionat són protagonitzades per futbolistes i personalitats pròximes a l'esport, mentre que la resta la conformen informacions sobre esportistes que practiquen esports com el bàsquet, el golf, el tenis o els esports de motor.

El diari Mundo Deportivo és un mitjà que dóna suport públicament al Futbol Club Barcelona, encara que d'una forma més oberta i neutra que els seus companys del diari Sport. El ressò mediàtic dels futbolistes, membres de l'esport rei, almenys així està considerat en el nostre país, ocupen gran part de les informacions en aquesta secció que recull l'activitat dels esportistes a les xarxes socials. Els jugadors del Barça són els que més presència hi tenen, seguits pels jugadors del Reial Madrid. El diari té un gran nombre de lectors que són seguidors de l'Atlètic de Madrid, el que ha fet que el Mundo Deportivo crees una secció destinada únicament a les informacions esportives d'aquest equip. Al *Vaya Mundo*, els jugadors de l'Atlètic de Madrid també hi són presents, encara que el nombre d'informacions és poc significatiu si es compara amb els anteriors equips esmentats.



Els esportistes més actius a les xarxes socials generen un gran interès entre els lectors del Mundo Deportivo. Font: pròpia.

Els esportistes que tenen una gran activitat a les xarxes socials també tenen cabuda en aquest espai, com poden ser els ja comentats Neymar Jr i Paul Pogba, així com diversos esportistes, alguns desconeguts o que no practiquen l'esport de forma professional, també apareixen en realitzar fets puntuals i poc comuns que poden cridar l'interès dels lectors. A més, el futbolista Jesé Rodríguez ha ocupat moltes notícies per les constants discussions que mantenia amb la seva exparella i mare del seu segon fill, Nyan, a través de les xarxes socials, a causa del divorci i de la manutenció del nen, hospitalitzat des del seu naixement per una malaltia poc comuna. Els constants retrets, insults i faltes de respecte que van protagonitzar a les xarxes socials va tenir un molt

ressò i un gran seguiment pels redactors del Mundo Deportivo. També Eugenie Bouchard, tenista canadenca que ocupa una discreta posició en el rànquing WTA, ha sigut notícia en diverses ocasions per les seves fotografies “sexys” i per la seva forma d'utilitzar les xarxes socials i de posicionar-se lliurement en alguns dels problemes que afecten la societat.

És d'agrair pels amants de l'esport i pels consumidors dels mitjans de comunicació esportius trobar en un diari que totes les informacions publicades estan relacionades amb els esportistes i el món de l'esport, encara que de vegades la seva rellevància i el contingut informatiu de la notícia aportin ben poc. Els membres del diari Mundo Deportivo també s'han deixat anar per aquest corrent que mostra informacions que res tenen a veure amb la pràctica esportiva, més sensacionalista que esportiva, que ensenya part de la vida privada dels esportistes i l'activitat d'aquests a les xarxes socials. Són informacions poc elaborades i de consum ràpid que generen un gran impacte entre els lectors del diari, i a més, generen un gran nombre de visites, que sembla que és un dels principals objectius dels mitjans de comunicació digitals.

¡Joaquín 'posa' con el vestido de Nochevieja de Cristina Pedroche!

- El crack del Betis ha compartido la foto luciendo el mono con transparencias en su Instagram: “Pues la verdad es que no estoy nada mal, eh”, asegura jocoso | VÍDEO



Joaquín Rodríguez, jugador del Betis, es disfraça de Cristina Pedroche. Imatge extreta de la versió web del diari Mundo Deportivo: <http://www.mundodeportivo.com/vaya-mundo/20180128/44357928694/joaquin-betis-vestido-transparencias-cristina-pedroche-nochevieja-campanadas-hormiguero.html>

Un exemple és quan Joaquín Rodríguez, jugador del Betis i característic per tenir un gran sentit de l'humor, va publicar a les seves xarxes socials una fotografia on se'l veia amb el vestit que Cristina Pedroche va utilitzar per donar les campanades d'any nou per la televisió. Pedroche és una presentadora i col·laboradora en diversos programes televisius, que des de fa uns anys dona l'arriba del nou any al canal Antena 3, d'Atresmedia, i ho fa amb una vestimenta que genera una gran controvèrsia a les xarxes socials. El futbolista del Betis va mostrar als seus seguidors com aniria disfressat pel Carnaval, i tots els mitjans de comunicació en van fer un gran ressò i ho van incloure en els seus espais. La notícia no aporta cap aspecte rellevant a nivell informatiu, sobretot esportiu, però va representar un *boom* a les xarxes socials, a causa del carisma del jugador i el graciós i curiosa que va significar la situació.

Una situació similar és la que es va viure quan Philippe Coutinho va fitxar pel Barça en el mercat d'hivern, procedent del Liverpool. En els primers dies de Coutinho com a jugador del Barça, els mitjans de comunicació, sobretot els que tenen una majoria de lectors que animen al conjunt barcelonista, van publicar tot tipus de notícies relacionades amb el futbolista brasiler.

Coutinho y Rakitic estrenan nuevo 'look'

- El brasileño ya tiene peluquero en Barcelona y el croata se tiñe de rubio platino



Ivan Rakitic i Philippe Coutinho amb els seus perruquers. Imatge extreta de la versió web del diari Mundo Deportivo: <http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20180120/44147290327/coutinho-rakitic-look-peinado.html>

Els aficionats del Barça volien saber-ho tot del nou jugador que havia arribat a l'equip, i els mitjans van aprofitar per mostrar com vivia el futbolista, com era la seva família, com era la nova casa que havia adquirit, el nombre de tatuatges que portava al cos i el significat de cada un d'aquests, entre altres qüestions relacionades amb Coutinho. En aquesta ocasió el Mundo Deportivo va recollir les fotografies que havien penjat Ivan Rakitic, també del Barça, i Philippe Coutinho a les xarxes socials, que mostraven com s'havien tallat el cabell. El nou estil dels futbolistes és un tema irrellevant pel lector que busca conèixer l'actualitat esportiva del seu equip, però sí que hi ha un gran nombre de persones que s'interessen per aquest tipus de fets i tenen la curiositat de veure que s'ha fet al cabell i com li queda el nou pentinat.

D'altra banda, hi ha un tipus d'informació provinent de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials que són molt positives per complementar una informació esportiva detallada i de qualitat. Com poden constituir les publicacions de Leo Messi a les xarxes socials, ja que és un jugador que pràcticament mai fa declaracions públiques i no parla amb els mitjans de comunicació. En aquest cas, el missatge que emet Messi després d'un partit valorant i donant la seva opinió sobre com ha anat l'encontre té molt de valor, tant pels periodistes que redacten la notícia com pels lectors que la consumiran.

El mensaje de Messi tras la victoria frente al Espanyol

- El crack argentino celebró el pase a semifinales de la Copa del Rey junto a sus seguidores



Leo Messi celebra su gol frente al Espanyol en el partido de vuelta de cuartos de final de la Copa del Rey. (G3-cat - G3-cat / GTRES)

Leo Messi celebra un gol davant l'Espanyol. Imatge extreta de la versió web del diari Mundo Deportivo: <http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20180126/44290082078/el-mensaje-de-messi-tras-la-victoria-frente-al-espanyol.html>

O quan Fernando Alonso, en aquest cas, o qualsevol altre esportista utilitza les xarxes socials per compartir una informació, sobre el pròxim campionat o competició que disputarà, amb els seus seguidors. Fernando Alonso, pilot de Formula1, es va endinsar en participar a les 24 Hores de Daytona, una competició de motor en la que mai havia corregut. El pilot asturià va haver d'abandonar en la primera fase de la cursa a causa d'una avaria en el seu vehicle, i va aprofitar per publicar un vídeo en el seu compte d'Instagram i explicar els motius de la seva derrota. Alonso va esperonar als seus seguidors de què seguissin animant-lo fins al final de la competició, ja que ell intentarà capgirar la situació fins que finalitzi l'última volta. El vídeo va ser de gran utilitat per conèixer els motius reals de l'abandonament de la cursa i conèixer quines eren les intensions de Fernando Alonso en aquell moment.

“Haremos lo que podemos hasta la última vuelta”

- Fernando Alonso ha subido un video a su cuenta de Instagram contando los problemas de frenos que ha sufrido



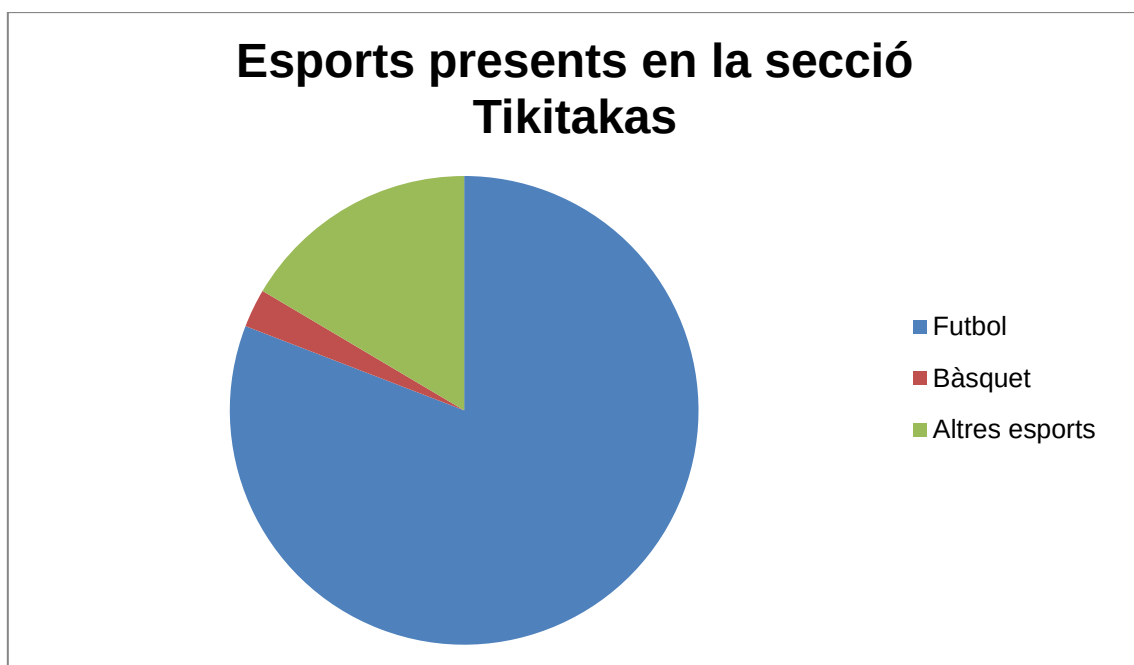
Fernando Alonso, en Instagram (FOTO: Instagram)

Fernando Alonso explica els motius de l'abandonament de les 24 Hores de Daytona. Imatge extreta de la versió web del diari Mundo Deportivo: <http://www.mundodeportivo.com/motor/mas-motor/20180128/44354942569/haremos-lo-que-podamos-hasta-la-ultima-vuelta.html>

4.2.3. AS

El diari esportiu AS té una secció que es diu *Tikitakas* (<https://as.com/tikitakas/>) on publiquen tot tipus d'informacions que s'allunyen de l'actualitat esportiva. En aquest espai tenen cabuda les notícies relacionades amb el cinema i la televisió, la música i el que succeeix a les xarxes socials i a Internet, en general, l'activitat dels famosos i persones mediàtiques, entre les quals destaquen els esportistes d'elit. Quan una publicació d'un esportista a les xarxes socials té incidència i rellevància a nivell informatiu, el diari AS la publica en la plana principal, juntament amb les altres notícies d'actualitat esportiva, mentre que si no té cap ítem esportiu que destaquí va al *Tikitakas*.

De les notícies que s'han elaborat a partir de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, rellevants o no a escala informativa, l'AS va redactar 188 notícies d'aquesta temàtica en el temps que va perdurar l'estudi.

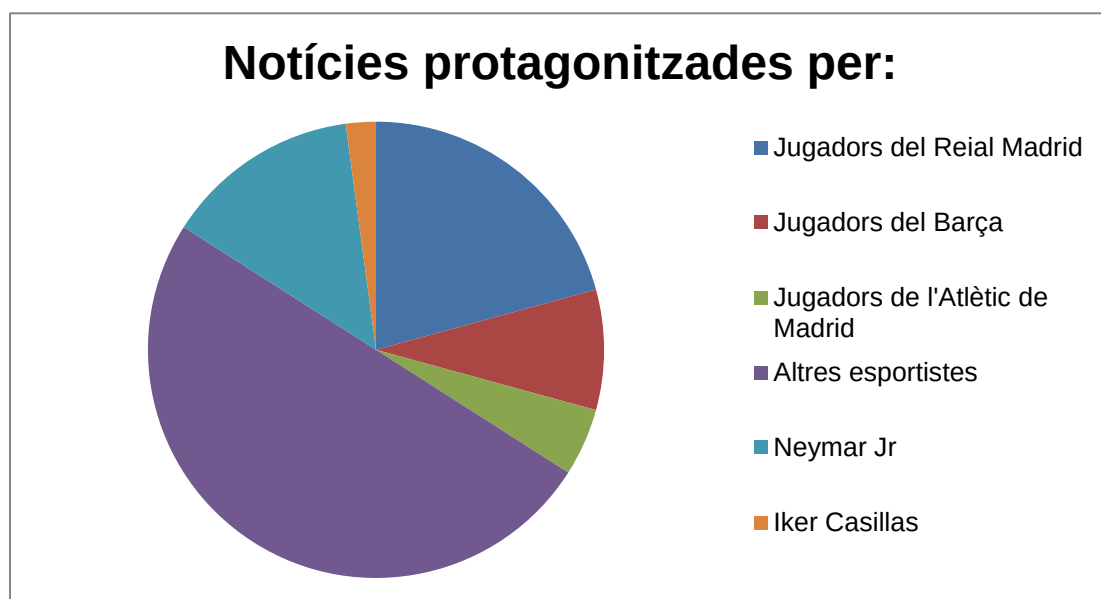


El futbol també és l'esport més present en la secció *Tikitakas* del diari AS. Font: pròpia.

Més del 80% de les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són protagonitzades per futbolistes. Encara que cal destacar que les redaccions i el nombre de treballadors del diari AS és major al dels mitjans anteriorment analitzats, el que permet poder informar i profunditzar en altres esports, com poden ser el bàsquet, el boxa, el golf, el tenis i altres.

El diari AS és conegut per tractar principalment l'actualitat del món del futbol, sobretot la dels equips residents a Madrid, com el Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid. El mitjà dóna suport públicament al Reial Madrid, igual que la majoria dels lectors del diari, que el llegeixen per conèixer tot el que envolta al seu equip. En el *Tikitakas* té un paper fonamental l'activitat dels jugadors del Reial Madrid a les xarxes socials i en la seva vida privada, seguit pels jugadors del Barça, el màxim competidor de l'equip en tots els premis i competicions, i els jugadors de l'Atlètic de Madrid, amb els quals mantenen una gran rivalitat esportiva.

Tots els fets que puguin generar l'interès dels lectors, encara que no tinguin una rellevància informativa ni esportiva, com pot ser tot el que envolta a esportistes mediàtics i amb una grana activitat a les xarxes socials, com Neymar Jr o Iker Casillas, ocupen la secció contínuament amb les seves accions en la seva vida privada. Casillas és un exjugador del Reial Madrid, que té un tracte molt polèmic amb la premsa esportiva espanyola i amb els mitjans de comunicació, que va haver d'abandonar l'equip després que alguns diaris el culpessin sobre la mala situació del conjunt madridista. Tot i això, Casillas guarda l'estima dels seguidors del futbol per ser un dels esportistes més llorejats en la història de l'esport espanyol. D'altra banda, tots els fets virals que han sorgit arran d'Internet, com poden ser imatges o vídeos curiosos o graciosos també són presents en aquesta secció, encara que es tracti d'esportistes poc coneguts o participants d'esports minoritaris.



La secció *Tikitakas* del diari AS mostra els fets virals d'Internet i les xarxes socials, encara que siguin protagonitzats per esportistes anònims o poc coneguts. Font: pròpia

En algunes notícies es pot criticar que la redacció del diari AS no comenta que obté la informació provinent de les xarxes socials, encara que els seus lectors ja saben que tot el material d'aquesta secció no té cap contingut esportiu i mostra l'activitat de les diverses personalitats mediàtiques en la seva vida privada.

Un exemple que va tenir un gran ressò, sobretot a Rússia, d'on és procedent el protagonista dels fets, va ser el següent: el futbolista del Tosno, equip professional de la màxima lliga russa, Stanislav Manayev, va publicar un vídeo al seu compte d'Instagram on menyspreava 5.000 rubles i feia un gesto lleig fent veure que es mocava el nas. Aquest fet va ser entès com una provocació pels mitjans de comunicació i per la societat russa, ja que a Rússia hi ha una gran desigualtat entre les classes socials i una gran part de la població que té diversos problemes econòmics.



FUTBOL

La sobrada del año: futbolista ruso se suena los mocos con 5.000 rublos

Stanislav Manayev, futbolista del FC Tosno, se ha convertido en lo más comentado en las redes sociales por estas imágenes difundidas en su Instagram.

Stanislav Manayev, del Tosno, se sona el nas amb 5.000 rubles. Imatge extreta de la versió web del diari AS: https://as.com/videos/2018/02/14/portada/1518614370_382770.html

El vídeo va crear un gran rebombori a Rússia, i el diari AS va crear una notícia on explicava el que havia succeït. Pels lectors del diari aquest tipus d'informació no els hi aporten cap tipus de contingut informatiu, però en ser un fet extraordinari i poc comú, també va generar un gran nombre de visites i de comentaris on criticaven l'actitud del futbolista rus a les xarxes socials.

Com s'ha pogut observar, pràcticament tota l'activitat protagonitzada pels jugadors del Reial Madrid a les xarxes socials, mostrant part de la seva vida privada o instants on es mostren més propers amb els seus seguidors, estan a l'ordre del dia en l'*agenda setting* d'aquest tipus de seccions destinades a conèixer la part més personal dels esportistes. En alguns casos les informacions són irrellevants a nivell esportiu, però com són protagonitzades per jugadors mediàtics i que són molt estimats per l'afició de l'equip i pels lectors del diari poden causar cert interès entre aquests.

Aquest és el cas de Marco Asensio, un jove futbolista que ha assolit la fama mundial en el món del futbol després de fitxar pel Reial Madrid i tindre un paper fonamental en la consecució dels diversos títols aconseguits. L'afició del conjunt blanc va identificar a Asensio com un futbolista de futur que marcaria una etapa en l'equip, arribant a ser un dels jugadors més estimats pels fanàtics. Un exemple diferent és quan Marco Asensio va apostar amb un amic que si feia un gol al Betis i ho celebrava d'una forma concreta, ell mateix li tallaria el cabell. I així va ser. Per a qualsevol altre lector que no segueixi l'actualitat del Reial Madrid i li interessi conèixer l'àmbit més personal dels seus jugadors, aquest tipus d'informacions li son poc útils, però l'AS té un gran *target* de persones que si agraeixen aquest tipus de continguts.



La estrella del Betis-Real Madrid contó luego que su celebración iba por una apuesta con un amigo, y no ha tardado en cobrársela

Marco Asensio talla els cabells a un amic. Imatge extreta de la versió web del diari AS: https://as.com/tikitakas/2018/02/19/portada/1519053842_726724.html

D'altra banda, les publicacions dels esportistes a les xarxes socials poden servir per conèixer l'opinió d'aquests en un cas o fet en concret, com quan va morir Enrique Castro González, més conegut com a Quini. Quini va ser un destacat futbolista espanyol de la dècada dels anys 70 i 80 que va formar part d'equips com el Futbol Club Barcelona o l'Sporting de Gijón, així com de la selecció nacional absoluta. Castro és considerat com un dels millors futbolistes d'aquella època, i després de la seva retirada com a jugador professional, va seguir molt present en els mitjans de comunicació esportius. En morir, centenars d'esportistes van aprofitar les xarxes socials per dedicar-li un missatge de comiat i donar el condol a la seva família i entorn més proper. La majoria de mitjans esportius van fer un recull d'aquestes publicacions per crear una notícia on es mostraven tots els missatges, moments i anècdotes que havien compartit amb Quini. Tot i que era una persona que ja estava apartada del món del món del futbol professional, el seu llegat i la seva trajectòria com a esportista professional, van fer que els mitjans li rendissin l'homenatge i el comiat que es mereixia.



ADIOS A QUINI

Así llora el mundo del deporte la muerte de Enrique Castro 'Quini'

Las reacciones de futbolistas, clubes e instituciones deportivas tras el fallecimiento del exjugador del Sporting y Barcelona, después de sufrir un infarto.

publicidad

Cuenta NÓMINA

Sin comisiones
Sin condiciones
Todas las tarjetas gratis

+ Info

ING

Pequeños negocios

Enrique Castro "Quini". Imatge extreta de la versió web del diari AS: https://as.com/futbol/2018/02/27/primera/1519767551_916392.html

Un dels aspectes positius de les xarxes socials en el periodisme esportiu és la facilitat que tenen els esportistes per comunicar-se amb els seus seguidors. Anys enrere el club havia d'emetre un comunicat oficial on convocava una roda de premsa, en la que havien d'anar els mitjans de comunicació, el mateix esportista, aquest narrava el que havia d'explicar i la premsa feia les preguntes corresponents. Ara aquest procediment s'ha simplificat totalment. L'esportista pot substituir tots aquests passos publicant un missatge a les xarxes socials, i després si interessa a algun mitjà ja se'n farà ressò i ho compartirà amb els seus lectors. Aquest és el cas que va viure Sergio García, jugador de l'Espanyol. L'Espanyol s'enfrontava al Barça en els quarts de final de la Copa del Rei, en un partit marcat per l'eterna rivalitat que mantenen els dos conjunts. En un moment del partit, marcat per la tensió d'aquest, Sergio García va tenir un xoc amb Samuel Umtiti, jugador del Barça, que va acabar amb una greu discussió entre els dos jugadors. Les càmeres de televisió van captar com enmig de la discussió, García li deia "negro" a Umtiti. El jugador de l'Espanyol, més tranquil després de concloure el partit, va utilitzar les xarxes socials per demanar disculpes a Umtiti i explicar als seus seguidors que no ho havia dit amb connotacions racistes. El missatge va ser compartit per la majoria dels mitjans de comunicació esportius, conclouent d'aquesta forma amb la polèmica i baralla entre els dos jugadors.



El delantero del Espanyol se disculpa públicamente por haber llamado "negro" a Umtiti durante el derbi ante el Barcelona: "En la tensión del partido se dicen muchas cosas".

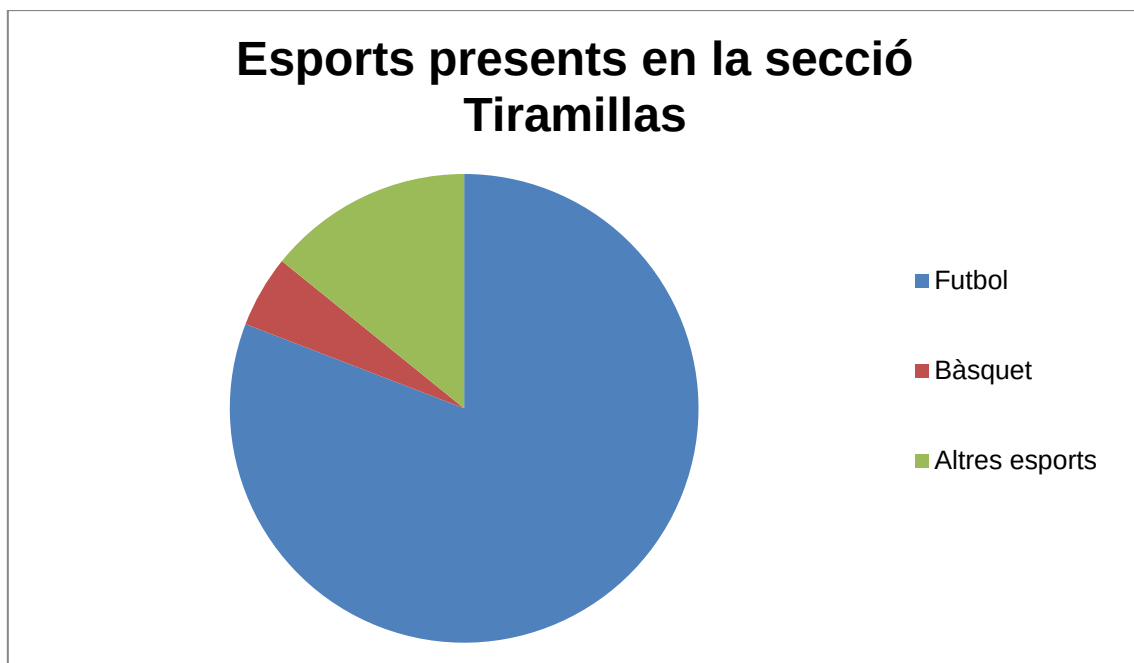


Sergio García i Samuel Umtiti discuteixen enmig del partit. Imatge extreta de la versió web del diari AS:
https://as.com/futbol/2018/02/05/primer/1517834276_704638.html

4.2.4. Marca

La secció *Tiramillas* del diari Marca (<http://www.marca.com/tiramillas.html>) és un espai on van destinades totes les informacions que no tenen cap relació directa amb l'actualitat esportiva. En aquest espai podem trobar notícies sobre política, cinema, televisió o música, així com tecnologia, jocs i aplicacions que estan triomfant arreu del món. Pel que fa als fets virals d'Internet i a les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, el diari Marca no és tant partidari, almenys no tant com els altres mitjans, d'informar sobre fets que tenen una importància poc rellevant.

En el període establert, el Marca va publicar 141 notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, sent el diari que menys notícies crea sobre aquesta temàtica i el que menys importància li dóna als temes sensacionalistes, centrant-se gairebé sempre en informar únicament sobre els fets esportius.

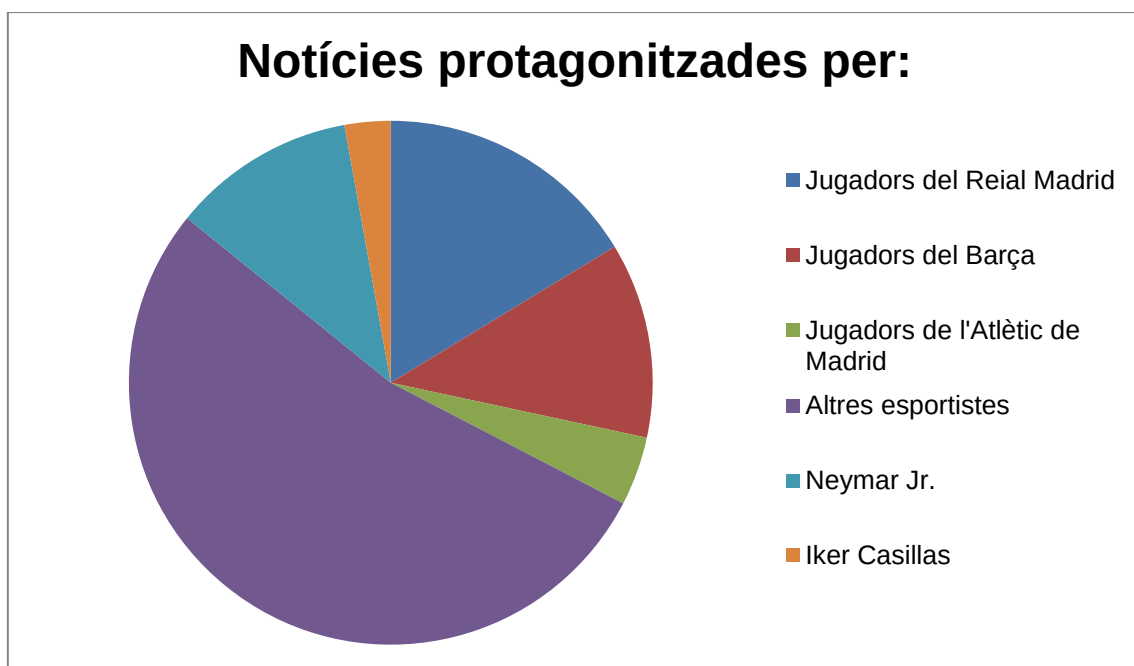


El 81% de les notícies publicades al Tiramillas són protagonitzades per futbolistes. Font: pròpia

El futbol torna a ser l'esport que té una cobertura informativa més amplia. Tot i que la redacció del diari Marca destina un gran nombre de treballador a tractar l'actualitat basquetbolística, sobretot de competicions com l'NBA, la lliga professional nord-americana. El percentatge restant el completen esports com el tenis, el golf, els esports de contacte o els de motor.

El diari Marca és el mitjà esportiu amb més lectors d'Espanya, i és conegut per donar una gran cobertura a la majoria dels actes esportius que copen l'actualitat, centrant-se sobretot en les competicions i tornejos més importants de futbol, com la *Champions League* o l'*Europa League*. Aquest mitjà intenta oferir un mínim informatiu de tots els equips que competeixen en la lliga de futbol professional espanyola, tot i que al ser editat a Madrid, la majoria dels seus lectors són seguidors del Reial Madrid i de l'Atlètic de Madrid. Com s'ha comentat anteriorment, el diari Marca no sol informar sobre temes relacionats amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, i menys si no tenen cap contingut informatiu, tot i que en les ocasions que ho ha fet, gairebé sempre han tingut als jugadors del Reial Madrid com a protagonistes.

També apareixen jugadors mediàtics com Neymar Jr, molt present en la majoria dels mitjans de comunicació esportius, tant per la seva activitat com a esportista com per la seva activitat a les xarxes socials, o com Iker Casillas, jugador amb passat madridista i que segueix molt unit a l'actualitat del Reial Madrid. D'altra banda, esportistes més desconeguts o practicants d'altres esports, alguns considerats minoritaris, també solen aparèixer quan publiquen a les seves xarxes socials una informació sobre un acte esportiu en el qual participen, com poden ser Rafael Nadal, LeBron James o Connor McGregor



Els jugadors del Reial Madrid i del Barça estan molt presents en el Tiramillas, tot i que no ocupen la majoria de les notícies produïdes arran de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials. Font: pròpia.

Tot i que és un dels diaris esportius més ben considerats pels seus lectors, de vegades se'l pot titllar d'oferir informacions poc útils que no aporten cap contingut rellevant en l'àmbit esportiu. Els membres del Marca estan molt pendents de quins són els temes que interessin als seus seguidors per oferir-los just el que busquen, encara que la qualitat informativa de la notícia sigui pràcticament nul·la.

Un exemple és quan Paulo Dybala, futbolista argentí de la Juventus, va sonar amb molta força en els diversos mitjans esportius pel suposat interès que tenia el Reial Madrid en contractar-lo de cara a la temporada vinent. En aquell moment, el diari Marca sabia que era un jugador que agradava molt als aficionats de l'equip, i tot tipus de publicacions sobre el jugador van ser compartides perquè els lectors les poguessin consumir. Una publicació que el diari va emetre va ser quan Dybala va visitar un restaurant mexicà per dinar amb la seva mare. El jugador va captar aquell moment amb una fotografia i la va publicar a les seves xarxes socials, i el Marca se'n va fer ressò.

Serie A • Al delantero argentino de la Juventus le gusta mucho

Dybala sucumbe a los encantos de la comida mexicana

Redacción MARCA Claro

21/03/2018 | 16:23 C.S.T.



2 Comentar >



Dybala, durante su visita a un restaurante mexicano. / Instagram Paulo Dybala

Paulo Dybala va amb la seva mare a un restaurant mexicà. Imatge extreta de la versió web del diari Marca: <http://www.marca.com/claro-mx/futbol-internacional/liga-italiana/2018/03/21/5ab2d958ca4741c9118b4684.html>

Costa creure que aquest tipus d'informació puguin interessar a algun lector d'un mitjà esportiu, ja que la notícia no aporta cap connotació esportiva. Però segurament en aquell període de temps, que cada dia es parlava del possible fitxatge del jugador pel Reial Madrid, els seguidors de l'equip consumien totes les notícies que tinguessin a veure amb la figura del futbolista argentí.

També, com ja és costum en la majoria dels mitjans digitals, les informacions sensacionalistes amb titulars cridaners que van a la cerca fàcil dels *clicks* dels lectors estan molt presents en aquesta secció. La vida privada dels esportistes i la seva activitat, allunyada de l'àmbit professional on se solen moure, atrau l'atenció dels lectors del diari, encara que el contingut informatiu d'aquestes publicacions seria més idoni en alguna revista que tracti la premsa del cor que en un mitjà especialitzat en l'esport. Notícies que mostren el nou tallat de cabell de l'esportista de torn o l'estil de roba que vesteixen, són algunes de les peces que compten amb més visites entre totes les informacions dels diaris. Aquest fenomen veu als esportistes, sobretot futbolistes d'elit, com grans estrelles mediàtiques que generen una tendència, un estil a seguir, per a tots els seguidors i fanàtics de l'esportista, i que estan pendents d'aquestes informacions per xafardejar i veure que tal li queda. Aquest és el cas que va viure Theo Hernández, jugador francès del Reial Madrid, que va decidir canviar-se el *look*, canviant-se de color de cabell, i va veure com alguns mitjans de comunicació l'incloïen en els seus espais per un motiu extraesportiu.

BUZZ • El defensa del Real Madrid muestra el durante y después de la transformación

Radical cambio de imagen de Theo Hernández: se tiñe de rubio platino

23/03/2018 107:22 C.E.T.



In English

32

Comentar >



Theo Hernández mostrando el antes y después de su nueva imagen

Theo Hernández mostra el seu nou *look* a les xarxes socials. Imatge extreta de la versió web del diari Marca: <http://www.marca.com/buzz/2018/03/23/5ab49ca2ca4741336a8b4630.html>

D'altra banda, les notícies que sí que tenen un contingut informatiu esportiu solen aparèixer amb la resta de publicacions que tracten l'actualitat esportiva, i no estan *postejades* al Tiramillas. Com quan Cristiano Ronaldo, per exemple, un jugador que té molt d'impacte i s'està molt atent de qualsevol declaració que faci, ja que pot tenir una gran repercussió i causar un gran interès pels seguidors del Reial Madrid, va criticar als mitjans de comunicació que l'acusaven de tenir problemes fiscals amb Hisenda. El futbolista portuguès, després de patir un discret inici de temporada, on l'equip va encadenar una sèrie de derrotes i el seu paper va ser qüestionat per alguns dels periodistes del nostre país, va saber sobreposar-se a tots els problemes i tornar a mostrar la seva millor part. En aquell moment, alguns mitjans van compartir diverses informacions que acusaven a Ronaldo de no haver declarat a Hisenda els ingressos que va rebre procedents de la venda dels seus drets d'imatge dels anys 2014 i 2015. El jugador va entendre aquestes acusacions com una acció per tapar el seu bon moment de forma i embrutar la seva imatge. Ronaldo va publicar un missatge a les xarxes socials, on explicava als seus seguidors que les notícies que alguns mitjans havien redactat sobre ell eren falses, i que si l'objectiu d'aquestes eren desestabilitzar al jugador, no ho aconseguirien. Com era d'esperar, tots els mitjans de comunicació en van compartir el missatge de Cristiano Ronaldo.

Real Madrid • El portugués se pronuncia en su Instagram sobre las noticias relacionados con Hacienda

Cristiano: "No intenten estropear el momento bonito que estoy viviendo con noticias falsas"

19/03/2018 | 17:25 CET



In English

313

Comentar >

"



Cristiano celebra un gol ante el Girona / AFP-PHOTO

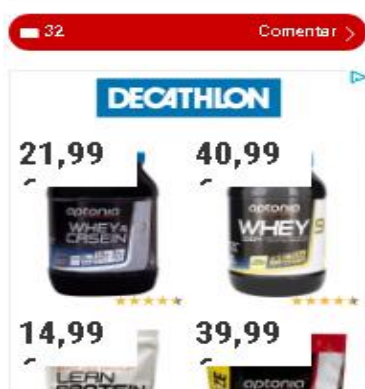
Cristiano Ronaldo celebra un gol amb el Reial Madrid. Imatge extreta de la versió web del diari Marca: <http://www.marca.com/futbol/real-madrid/2018/03/19/5aafe465ca474185518b45a0.html>

Quan aquest tipus de publicacions ens fan saber coses, que si no fos per les xarxes socials, mai sortirien a la llum, s'agraeix tindre-les a mà i poder comptar amb elles com una poderosa font informativa. Aquest és el cas de la carta que va publicar Riccardo Saponara a les xarxes socials. Saponara és un futbolista italià que milita a la Fiorentina, i és la persona que és va trobar el cos sense vida de Davide Astori, el capità de l'equip. La mort de Davide Astori, de només 31 anys, va sacsejar el món del futbol, ja que va ser d'una forma sobtada, al no despertar el dia del partit. Saponara és l'única persona que pot explicar com van succeir els fets, i gràcies a la carta que va escriure en el seu perfil de les xarxes socials, tots els aficionats d'aquest esport van conèixer com va passar tot. Tot i que és una peça amb un elevat contingut emocional, ja que el futbolista mostra el dolor que va sentir a l'adonar-se que el seu company no vivia, aporta un punt de vista que dóna més informació i matisos a la història. Saponara relata com es va trobar al seu company a l'habitació de l'hotel on es concentrava la Fiorentina abans del partit contra el Genova, i agraeix tots els moments viscuts junts amb ell i acaba amb una sonat i emotiu comiat.

Serie A • El jugador de la Fiorentina se despidió de su capitán con una carta en redes sociales

La desgarradora carta de Saponara a Davide Astori: "Sal de esa maldita habitación; te estamos esperando"

05/03/2018 | 22:24 CET



Riccardo Saponara amb Davide Astori. Imatge extreta de la versió web del diari Marca:
<http://www.marca.com/futbol/liga-italiana/2018/03/05/5a9db56946163fde438b4597.html>

4.3. La creació d'un nou gènere periodístic

La influència de les xarxes socials en el periodisme

L'aparició de les noves tecnologies i de les xarxes socials han modificat totalment les formes de fer i entendre el periodisme, sobretot si ho comparem amb la visió que teníem fa uns anys enrere de com es treballava en el sector. Els periodistes entrevistats coincideixen a l'hora de valorar els canvis que ha viscut aquesta professió. Les xarxes socials han fet que el periodisme, tot en general, estigui lligat a una actualitat immediata, el que ha fet canviar el tipus de fonts d'informació que consultem a l'hora de treballar una informació. En el cas del periodisme esportiu, hem arribat a una situació on en la majoria dels casos són els mateixos esportistes o clubs els que et comuniquen els fets d'una forma immediata, a través de les xarxes socials i les noves tecnologies. Algunes d'aquestes modificacions han significat canvis positius que han aportat un nou punt de vista pel que fa a l'accés a les fonts, llocs i moments que anteriorment eren desconeguts o tancats als periodistes. Actualment els protagonistes dels fets són els que t'obren aquesta porta que et permet observar el que abans era inimaginable.

D'altra banda, també hi ha aspectes no tan positius on els mitjans de comunicació han d'aprendre a conviure i adaptar-se en aquest nou escenari. S'ha de vigilar molt amb aquesta evolució constant que estem vivint, ja que ens pot conduir a una situació perillosa. Els periodistes i els mitjans de comunicació, per complir amb les exigències del mercat, volen complir amb els principis de la immediatesa i ser els primers a publicar qualsevol tipus d'informació, el que ha fet que es perdi, en part, l'essència del periodisme. Hem arribat a una situació d'on passem de buscar una informació fàcil a buscar una informació ja elaborada. En aquesta conjectura el periodista deixa de treballar una informació per servir-la, convertint-se en un altaveu que reproduïx els fets que vénen donats dels clubs, esportistes o protagonistes. A més, també han modificat les formes de servir la informació, ja que els lectors busquen un consum més ràpid i els mitjans busquen que l'entrada tingui moltes visites i un impacte immediat, el que pot significar que s'arribi a manipular a la cerca d'un titular fàcil o una fotografia que impacti i cridi l'atenció.

L'aparició de les xarxes socials ha fet revisar als mitjans de comunicació la seva manera de treballar. No es pot obviar el que passa a Internet i a les xarxes a l'hora de construir la teva agenda informativa i escollir els continguts dels quals vols informar. Per exemple, dels quatre mitjans analitzats tots tenen una secció en la seva versió digital on publiquen tot tipus d'informacions relacionades amb les xarxes socials i el que es genera a Internet. El diari Sport té el *Fuera de juego*, el Mundo Deportivo té el *Vaya mundo*, l'AS té el *Tikitakas* i el Marca té el *Tiramillas*.

El director de la redacció d'esports de TV3, Àlex Castells, explica com a la televisió pública de Catalunya no arriben tan lluny com els seus competidors i no creen un espai on compartiran exclusivament les informacions relacionades amb les xarxes socials, però sí que en casos concrets, com va ser el de l'1 d'octubre, van haver d'activar un grup de gent que s'encarregués de verificar tota la informació que arribava a través de les xarxes socials. En aquest context, les fonts d'informació s'han multiplicat i han enriquit el seu contingut, però també ha augmentat el risc pel que fa a la credibilitat dels informadors.

Xarxes socials i mitjans digitals

Els mitjans digitals són els primers que han sabut entendre les noves tendències i cap a on ha anat evolucionat el periodisme del segle XXI. Gairebé totes les informacions relacionades amb les publicacions a les xarxes socials tenen una major presència en els mitjans digitals que en els convencionals. Joan Sánchez, editor digital i coordinador del portal web d'esports de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, raona com aquest tipus d'informacions tenen cabuda en els mitjans digitals perquè compten amb un component audiovisual molt potent. En el cas de la premsa encara es pot traslladar una fotografia o una captura de pantalla, tot i que no té la mateixa repercussió. A més, en haver-hi un creixent ús dels dispositius electrònics, com *smartphones*, tauletes o ordinadors portàtils, aquest tipus de publicacions poc elaborades estan pensades per ser consumides a través d'aquests dispositius, d'una forma ràpida i immediata, ja que és molt fàcil compartir un missatge, una fotografia o un vídeo amb els teus lectors. És més, el mateix missatge sol ser la fotografia o el vídeo.

La immediatesa, de nou, torna a ser un factor molt important. Els mitjans tradicionals tenen molt limitades les fonts d'informació, sobretot pel que fa als esports. De vegades només comptés amb el comunicat que emet el club i alguna nota provinent de les agències de notícies. En aparèixer les xarxes socials va sorgir una font d'informació constant que no es podia obviar.

El periodisme esportiu és un dels gèneres que més s'ha vist influenciat per l'aparició de les xarxes socials. El gran impacte mediàtic dels esportistes i dels esdeveniments en els quals participen tenen un gran ressò en els mitjans de comunicació. Són temes dels quals es vol transmetre molta informació perquè tenen molt d'interès entre gran part de la societat. Actualment és molt complicat pels mitjans poder accedir a una entrevista o una conversa amb un futbolista, per exemple. Els clubs limiten l'accés de la premsa i només et deixen veure el que ells volen a través dels comunicats oficials. En aquest punt, quan un esportista fa una publicació a les xarxes socials t'està mostrant una part d'ell i del seu entorn, que si no fos per aquell post, vídeo o fotografia mai sortiria a la llum, i els mitjans de comunicació s'han vist obligats a agafar tot allò que els mateixos esportistes t'ofereixen. A conseqüència d'aquest fet, els esportistes també acaben restringint les seves aparicions en els mitjans, ja que els i és més fàcil comunicar un missatge a través de les xarxes socials, on el pot agafar tothom qui vulgui, que haver de convocar una roda de premsa, presentar-se, contestar les preguntes dels periodistes, etc. Els periodistes han trobat una nova font d'informació i els esportistes han trobat un mètode molt més còmode de facilitar la informació als mitjans de comunicació.

Castells explica com des de Televisió de Catalunya, en els esports, el principal contingut informatiu és l'actualitat que envolta al Barça, i narra com any rere any la relació del mitjà amb el club s'ha anat limitant fins que finalment pràcticament és inexistent. En aquest context s'entén com una simple publicació d'un esportista a una xarxa social té molt de valor pels mitjans de comunicació, que recorren constantment a aquest tipus d'informació perquè saben que és un tema que agrada als lectors i que generarà moltes visites.

Publicacions a les xarxes socials: fet notíciable o *clickbait*?

Però quines són les característiques que ha de tenir una publicació d'un esportista a les xarxes socials perquè sigui considerada un fet notíciable i tindre cabuda en els mitjans de comunicació? En la redacció d'esports de TV3, l'Eloi Sansa, periodista que s'encarrega de redactar i preparar tots els continguts que són publicats al portal web de la CCMA ho té clar. Sansa considera que el que mou a la majoria dels mitjans és la part privada i personal de les persones. Però això no té res a veure amb el periodisme esportiu, segons la perspectiva i el que mana el llibre d'estil de la televisió publica catalana. És a dir, segons Sansa, una publicació d'un esportista a les xarxes socials només hauria de ser considerada com un fet notíciable en un mitjà esportiu quan el post contingui algun aspecte relacionat amb l'esport. Posa d'exemple la famosa fotografia de Gerard Piqué amb Neymar, amb aquell "Se queda" que va donar la volta al món, on el futbolista català afirmava que el seu company seguiria al Barça una temporada més. Aquesta publicació va tenir molta incidència i rellevància en el seu moment, ja que tothom estava pendent si Neymar marxava o es quedava al Barça. En canvi si el mateix Piqué penja una fotografia amb la seva parella Shakira, també molt mediàtica, considera que no té cap tipus de rellevància informativa. Cada mitjà de comunicació és diferent i té el seu propi llibre d'estil, el qual indica quins tipus d'informacions tractar i quins límits es poden o no superar. Com hem pogut veure, els quatre mitjans analitzats recorren constantment a publicacions com l'esmentada anteriorment.

Una altra característica que fan notíciables a aquest tipus de publicacions, encara que sembli ben obvia, és l'accés al cercle més íntim, personal i familiar de l'esportista, gairebé sempre desconegut en el seu àmbit natural. Però el que és més important és la rellevància mediàtica del personatge o esportista en qüestió. No tindrà la mateixa importància tot el que envolti a un jugador com Leo Messi que a un com Thomas Heurtel. En el primer cas, si li passa alguna cosa a Messi, els mitjans obriran programes o dedicaran portades explicant el que ha succeït, mentre que en el segon amb prou feines li dedicaran una breu notícia o un parell de minuts en un informatiu.

Sembla que cada plataforma comunicativa -radio, televisió, premsa escrita o premsa digital- entès com a un canal independent on compartir informació té el seu propi llenguatge. I el contingut informatiu específic provinent de les xarxes socials està dins del llenguatge que utilitzen a les plataformes digitals. Igual que en la ràdio no tindria cap sentit perquè els oients no podrien veure amb els seus popis ulls del que s'està

parlant, tant a la televisió com a la premsa encara es podria utilitzar en algun cas. Tot i això, les publicacions i el que envolta les xarxes socials s'ha fet un espai en les webs dels mitjans de comunicació, tant en els convencionals en les seves versions digitals, com els que han nascut únicament per ser consumits a través d'Internet.

Un gènere híbrid

Una de les principals hipòtesis del treball era descobrir si la influència de les xarxes socials en el periodisme havia creat un nou gènere periodístic. Els mitjans de comunicació esportius publiquen constantment notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, sense que tinguin un caire merament esportiu. Aquest tipus de mitjans construeixen peces informatives aprofitant les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, on com s'ha demostrat anteriorment mostren la seva vida privada i promocionen els productes de les marques comercials que representen. Els mitjans d'informació esportius t'acosten la vida privada dels jugadors, que per altres fets, únicament esportius, ocupen portades i planes en el mateix mitjà. D'aquesta manera s'ha arribat a un punt on un dels gèneres periodístics que més interès promou entre gran part de la societat, el periodisme esportiu, ha creat una nova tipologia que combina amb el sensacionalisme típic de la premsa groga.

Pràcticament qualsevol publicació d'un esportista mediàtic a les xarxes socials és reproduïda en els mitjans analitzats. Seccions com el Balón Rosa, el Fuera de Juego i demés s'han consolidat fins al punt de convertir-se en un dels espais que més visites i *clicks* generen. Els tres periodistes entrevistats afirmen com la barreja que intenta mostrar la vida privada i la figura dels esportistes ha creat un nou gènere que es podria situar dins del periodisme esportiu. Des de TV3 expliquen com el seu llibre d'estil no els permet tocar gaire aquests temes, però quan de tant en tant han tingut la necessitat de recórrer a algun, s'han sobtat al veure que era de les peces informatives més vistes del dia. Per tant, el consum i els mateixos lectors són els que ho demanen i els que ens han conduït a aquesta situació. Els mitjans de comunicació estan encantats, sabent que poden recorre a un tema que necessita poca elaboració i que cridarà l'atenció dels seus lectors.

D'altra banda, els mitjans que estan pendent de l'activitat dels esportistes a les xarxes socials tenen en compte que gran part de les publicacions d'aquests van relacionades amb la publicitat de les grans marques comercials. En aquest cas sembla que hi ha una llei escrita molt clara. El llibre d'estil de la majoria dels mitjans de comunicació no permet fer una referència directa a les marques comercials que els jugadors representen, ja que en moltes ocasions el que les marques volen és que es creï un rebombori mediàtic multiplicat pels mitjans. Per tant sempre s'intenta descartar una informació que està relacionada amb la publicitat i la promoció d'una marca. Un altre cas seria si hi ha una informació molt potent, com per exemple quan Leo Messi atent als mitjans de comunicació en un acte publicitari d'Adidas, ja que és l'única vegada que el jugador es mostra davant les càmeres i els micròfons. En aquesta conjectura, no es pot obviar que un jugador tan important i que genera tant d'interès com l'argentí mostri la seva opinió i comentï la situació actual de l'equip, tot i que s'intenta minimitzar l'impacte de la marca i centrar-se en el que és purament esportiu.

4.4. La importància dels equips de comunicació en els esportistes d'elit

L'aparició de les xarxes socials ha creat un nou mercat on les marques comercials promocionen els seus productes i serveis. Les marques han sabut crear un tipus de publicitat especialitzada dirigida a un públic determinat, al seu *target* o públic objectiu, i explotar-ho en una plataforma nova com són les xarxes socials. Si ens fixem en la publicitat que apareix a la televisió tot sembla molt més genèric, és a dir, tant et poden anunciar el nou model d'un cotxe, i tot seguit encara que no t'interessi, una marca de maquinetes d'afaitar. En el cas de les xarxes socials ja és més diferent. Tu com a seguidor tens unes preferències, i per exemple si segueixes a un esportista determinat és perquè hi tens un cert interès en ell. Sabent això, les marques comercials ho tenen molt fàcil per fer-te arribar el producte que volen vendre, contractant a l'esportista, els mateixos seguidors són els que van a veure què està fent i de què està parlant, i encara que no ho desitgin es troben amb el producte que promociona. D'altra banda, els seguidors dels esportistes, com per exemple Leo Messi o Cristiano Ronaldo, són també seguidors dels esports que practiquen, en la majoria dels casos. Per tant, si Ronaldo anuncia unes botes de futbol, pot interessar als seus fans perquè també juguen a futbol, i a més, al sentir una admiració tan gran per l'esportista entens que si ell mateix les anuncia i les utilitza han de ser les millors botes del món. La diferència és que a les xarxes socials estàs contínuament exposat a anuncis i promocions de productes que t'interessen, mentre que a la televisió, ràdio o altres mitjans convencionals tot és més genèric i no et pot causar el mateix impacte.

Tot aquest nou mercat és molt interessant pels esportistes, ja que els genera uns ingressos econòmics per cada publicació que fan promocionant a una marca a les xarxes socials. En el cas dels esportistes més grans, els millors del món en cada un dels esports que es practiquen, els beneficis que es generen procedents de la venda dels seus drets d'imatge és més ampli que el salari que perceben de la seva activitat professional com a esportistes. Tot això ha creat una elit formada pels millors esportistes i per les millors empreses multinacionals. Els espònsors dels grans esdeveniments esportius, com pot ser la Lliga de Futbol Professional espanyola, l'NBA o un Mundial de futbol, són pràcticament sempre els mateixos, els únics que s'ho poden permetre, de la mateixa manera que són les úniques marques que poden afrontar als contractes d'estrelles mediàtiques com LeBron James Cristiano Ronaldo o Roger Federer. Les marques comercials volen millorar la seva imatge i el seu estatus, i

per fer-ho utilitzen un dels aspectes que més impacte genera en la societat: l'esport. En el nostre país és el futbol, bàsicament, mentre que altres nacions com els Estats Units és el bàsquet, el beisbol o el futbol americà. Tot depèn de la cultura esportiva d'aquell lloc. Les franquícies esportives més importants dels Estats Units van ser les primeres que van començar a utilitzar les xarxes socials d'una forma empresarial, donant-se publicitat a si mateixes, compartint les fotografies que es feien els seguidors a la pista, mostrant-ho a la pantalla gegant de l'estadi, etc.

Però fins a quin punt és més favorable promocionar un producte a les xarxes socials que en qualsevol altre mitjà convencional? El director del Centre d'Estudis Olímpics de la Universitat Autònoma de Barcelona, Emilio Fernández, explica com "la segmentació dels mercats ha permès identificar i esbrinar quin és el teu públic". Tot i que actualment algunes dades estan més restringides, nombrosos estudis¹⁷ indiquen el tipus de perfil que utilitza cada xarxa social, pel que fa a l'edat, preferències i nivell adquisitiu de l'usuari. A Facebook i Twitter hi ha un perfil clar majoritari de persones d'entre 25 i 34 anys que utilitzen la xarxa social, encara que en el primer cas està una mica més diversificat. En canvi, a Instagram hi ha un perfil predominant, que és el dels usuaris d'entre 16 i 24 anys. Les marques comercials saben certament quin perfil tenen els possibles consumidors als quals es volen dirigir. En altres mitjans com la televisió també es poden aconseguir aquest tipus de dades, però és tot molt més aleatori. A més, hi ha un altre fet que també preocupa a les marques comercials, i és que les persones joves estan deixant de veure la televisió¹⁸, i la gent jove són els consumidors del futur.

Per tant, és obvi que hi ha xarxes socials que són millors que altres a l'hora de promocionar certs productes. Primer de tot cal mirar al públic al qual et vols dirigir i veure quina plataforma utilitza més, i segon, s'ha d'entendre que hi ha xarxes, que segons les característiques d'aquestes, és més fàcil introduir la publicitat. "Facebook va néixer amb l'objectiu d'integrar publicitat, i des de fa anys ja et mostra anunci, en canvi a Twitter tot és més nou, i sembla que costa més incorporar un anunci, sobretot pel tipus de format que té la xarxa". Actualment a totes les xarxes socials es promocionen productes i hi ha anuncis de tot tipus, però cada xarxa té el seu funcionament tècnic, i pot resultar que sigui més complex, en unes xarxes que altres, introduir un tipus de contingut pel qual no estava dissenyat.

¹⁷ The Cocktail Analysis. (2016). *VIII Observatorio de Redes Sociales*. Recuperat de <http://tcanalysis.com/blog/posts/viii-observatorio-de-redes-sociales>

¹⁸ Almansa, A. (2005). Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2925907>

Els esportistes d'elit s'han consolidat com un grup de persones molt rellevants en la nostra societat. Són mediàtics, tenen una gran massa social al darrere que els anima, i són capaços de crear i generar una opinió pública. Per això són la cara visible de milers de marques comercials que els inclouen als seus equips per tal de promocionar un producte. En el nostre país, amb una cultura esportiva tan gran, els fa ideals. A part de ser persones referents en els esports que practiquen, promouen els valors d'aquests, que solen ser molt saludables. Treien alguns escàndols, com les reiterades infidelitats de Tiger Woods a la seva parella o les acusacions de dopatge de Lance Armstrong, la majoria d'esportistes representen uns valors molt respectats pel conjunt de la societat. Des de l'època de l'Antiga Grècia, els esportistes són vistos com a ídols de masses i des de llavors sempre han estat llorejats pels seus aficionats. A Espanya, on l'esport més practicat i més seguit és el futbol, veus com els futbolistes, els esportistes en general, són més mediàtics que els artistes, cantants o actors. No és comparable el cas dels Estats Units, on els esportistes comparteixen amb actors, cantants i *celebrities* el panorama mediàtic, ja que tenen una indústria musical i cinematogràfica molt més potent de la que tenim aquí.

Pel que fa als equips de comunicació que hi ha darrere dels grans esportistes, i sobretot pel que fa als responsables que s'encarreguen de dirigir les xarxes socials d'aquests, Fernández considera que no hi ha un patró comú que defineixi a tots els esportistes. "Depèn, en part, si l'esportista és molt mediàtic o no. Gairebé tots els esportistes d'elit tenen un ampli equip que s'encarrega de tots els temes relacionats amb la comunicació i imatge del mateix esportista, però en la majoria dels casos és el mateix esportista el que decideix que publica i que no, encara que amb el consentiment de l'equip que té al darrere". Actualment, s'ha convertit en un fet molt comú veure com els clubs i institucions esportives donen als seus jugadors un manual on expliquen el que poden fer i mostrar a les xarxes socials, per saber quin contingut poden publicar i quin no. Un exemple és quan Neymar va fitxar pel Barça fa uns anys. El futbolista brasiler tenia fama de sortir de festa diàriament i mostrar la seva activitat a les xarxes socials. Els dirigents del Barça no volien que un jugador que representava al club es mostrés d'aquesta forma a les xarxes socials, i Neymar va haver de limitar, en part, les seves sortides nocturnes freqüentant els locals d'oci de Barcelona i la seva activitat extraesportiva que mostrava a les xarxes socials.

La majoria dels esportistes d'elit tenen a un grup de persones que s'encarreguen dels temes relacionats amb la comunicació, tot i que en el cas de les xarxes socials, s'ha de tenir en compte que el que agrada als seguidors és veure aquesta part més pròxima i personal de l'esportista, una part que es perd quan l'equip de comunicació dirigeix els perfils a les diverses xarxes socials.

L'aparició de les xarxes socials ha servit als esportistes per acostar-se amb la seva audiència d'una forma real i més directa. Ara qualsevol seguidor pot escriure un comentari o enviar un missatge privat a l'esportista, i aquest et pot contestar sense cap tipus de problema. Aquesta relació més personal amb l'esportista, amb la persona mediàtica i famosa, que anteriorment era impossible de mantenir, suposa un dels nombrosos aspectes positius que han generat les xarxes socials en aquest àmbit comunicatiu i esportiu.

4.5. Un nou mercat a explotar

Pràcticament tots els esportistes d'elit estan presents a les xarxes socials, i les utilitzen com una eina més per obtenir un rendiment i un benefici econòmic. Els esportistes més mediàtics del panorama, com Leo Messi, Cristiano Ronaldo, LeBron James o Roger Federer, entre molts d'altres, compten amb una gran quantitat de seguidors en els seus perfils de les xarxes socials, el que els dona certa notorietat pública i un poder de difusió a l'abast de molt pocs. Les grans marques comercials han sabut entendre aquest nou context i s'han adonat que una publicació a les xarxes socials d'un esportista, que fàcilment poden superar els 100.000.000 de *follows*, tenen una capacitat de difusió enorme, impossible d'igualar en qualsevol plataforma o mitjà de comunicació. Els assessors de les marques prefereixen contractar a un esportista i acordar com ha de promocionar els seus productes i per quin mitjà ho ha de fer, que contractar a l'esportista igualment per gravar un anunci o espot publicitari i comprar un espai en els mitjans de comunicació perquè aquests ho emetin i ho comparteixin amb els seus oients i lectors en els seus canals.

El cas de Carlos Demathey és molt curiós. Demathey, més conegut a les xarxes socials com a Strongman Tarrako, és un esportista de força referent en el món del culturisme i el *powerlifting* que ha estat molt crític en aquest aspecte a l'hora de promocionar marques a les xarxes socials. En el seu àmbit, la majoria de les marques comercials que contracten als esportistes són relacionades amb la nutrició i els suplementes esportius, un tema que ha portat molta controvèrsia últimament. Demathey considera que és molt lícit que un esportista vulgui aprofitar el seu ressò mediàtic per obtenir un rendiment econòmic mentre promociona un producte, però no comparteix la idea que tenen alguns que promocionen el que sigui només perquè et paguen una quantitat de diners. "No és el mateix promocionar un rellotge o una samarreta que un producte alimentari del qual vas dient que és el millor que hi ha en el mercat. I només dius això perquè et paguen, no perquè ho sigui de veritat. Després quedes tu malament quan dius que aquell producte és el millor per perdre pes i els teus seguidors et diuen que no els hi ha funcionat i els has enganyat". D'altra banda és estrany veure a esportistes d'elit que no representen a cap marca comercial, i és que entre les personalitats més

mediàtiques i amb més seguidors a les xarxes socials destaquen els noms d'esportistes, juntament amb els de cantants i actors¹⁹.

Les xarxes socials, a més de significar un nou canal publicitari on els esportistes representen a les marques comercials, han estret la relació amb els seus propis seguidors. Tarrako explica com utilitza les seves xarxes socials depenent del missatge que vulgui transmetre. Al seu canal de Youtube publica un contingut merament informatiu, amb vídeos i tutorials en els quals intenta aconsellar sobre nutrició i tot el que envolta el seu esport, com poden ser plans d'entrenament, exercicis, etc, mentre que utilitza Facebook i Instagram d'una forma més personal, on anuncia quins viatges realitzarà i en quines competicions participarà, contesta les qüestions que li fan els seguidors i manté una interacció constant que amb el pas del temps s'ha convertit en una relació molt propera. "Ha arribat un punt on els meus seguidors ho saben pràcticament tot de la meua vida. Abans l'interès dels meus seguidors era només informatiu, volien saber que menjo i com entreno per assolir el meu objectiu, mentre que ara tot va molt més enllà. L'interès ha passat a ser més personal, els seguidors volien saber que hi ha al darrere del personatge de Strongman Tarrako".

A vegades els usuaris de les xarxes socials es creen un personatge alternatiu a la seva persona, per tindre més presència i més notorietat en aquestes. En el cas dels esportistes d'elit no fa falta res d'això. No tenen la necessitat de cridar l'atenció per tindre el ressò dels mitjans de comunicació i certa notorietat entre els seus seguidors, ja que ve donada pels seus èxits com a esportistes professionals. Aquest èxit et dóna rellevància i enforteix les teves teories i publicacions. Si Leo Messi o Cristiano Ronaldo utilitzen en les competicions les mateixes botes que promocionen, tu com a seguidor o espectador consideres que no poden ser dolentes, ja que ells les utilitzen i amb elles han aconseguit tot tipus de premis i guardons. D'altra banda, Strongman Tarrako creu que tots els esportistes utilitzen les xarxes des de dos vessants ben diferents: la del mateix esportista, on mostra la seva activitat professional, i la del comunicador, on és mostra més proper i interacciona i publica un tipus de contingut dirigit únicament als seus seguidors. En el seu cas explica com en "la part comunicadora intento transmetre els valors que defenso" a través de les xarxes socials. També és diferent en aquest tipus d'esportistes més grans i més mediàtics, que en alguns casos no s'encarreguen

¹⁹ Apple Tree Comunications. (2017). *#SocialScene Influencers*. Recuperat de <http://www.appletreecomunications.com/wp-content/uploads/2017/10/Socialscene-influencers-2017.pdf>

ni de dirigir els seus propis perfils a les xarxes socials, ja que tenen a un equip al darrere que s'encarrega de tots els temes relacionats amb la seva comunicació.

Els responsables que s'encarreguen de la comunicació de les marques comercials també utilitzen les xarxes socials per posar-se en contacte amb els esportistes que volen contractar. Dematthey explica com t'envien una primera proposta per les xarxes socials, a través d'un missatge directe, o pel teu correu electrònic oficial, i llavors si t'interessa ja els hi dones el número de telèfon i comencen les negociacions. L'esportista se sorprèn com de vegades el truquen directament al seu telèfon, sense saber com l'han aconseguit, i sense haver tingut un contacte previ. Si l'oferta que t'envien t'interessa, comença un període de negociacions, on l'empresa exposa que és el que vol rebre per part de l'esportista i el que li pot oferir, així com ha de quedar molt clar el paper i la presència que ha de tenir la marca comercial en les xarxes socials del jugador. Dematthey es mostra preocupat en aquest aspecte. "Al veure que tens molt seguidors tots volen obtindre un rendiment i treure'n un profit. Però si de cada tres fotografies que penges, dues han de ser de la marca que representes, és molt probable que els teus seguidors baixin. Al final t'acaben veient com a un home anunci, i això no va amb mi. Crec que he triomfat bastant i m'he sabut mantenir allà a dalt molt de temps per evitar caure en aquestes coses".

La majoria de les marques comercials que es posen en contacte amb els esportistes d'elit són de productes com rellotges, cotxes, ulleres de sol, asseguradores o bancs d'estalvis, entre d'altres. Però en el cas dels esportistes que practiquen esports que són considerats minoritaris el ventall d'ofertes i marques es restringeix. En el cas dels esports de força, per exemple, tota la publicitat dels esportistes va relacionada amb la nutrició, complements i suplementació esportiva, així com roba i tèxtils especialitzats per a una òptima pràctica esportiva. Alguns esportistes perden part de la seva independència al firmar un contracte amb una marca comercial, que marca les pautes i els esquemes de com ha de dirigir les seves xarxes socials i escollir quin contingut ha de publicar. Esportistes com Strongman Tarrako han aprofitat l'interès de les marques i el seu gran ressò mediàtic per crear i llançar la seva pròpia marca. Aquesta decisió permet una total independència, sobretot pel que fa el no rendir cap tipus de comptes amb ningú, i tindre una total llibertat en la presa de decisions i la promoció de la teva pròpia marca. Només els esportistes més grans, els millors en els seus esports, cobren milionades provinents dels ingressos percebuts de la venda dels seus drets d'imatge i tenen contractes de llarga durada, en algun cas vitalici, com el que va signar Leo Messi amb Adidas per romandre junts de per vida. Els esportistes més petits,

practicants d'esports minoritaris en la seva majoria, tenen contractes de revisió anual en els quals ingressen una quantitat de diners molt menys significativa.

En conclusió, l'aparició de les xarxes socials també ha sigut molt positiva en el món de l'esport. L'enorme quantitat d'informació que aporten és molt beneficiosa pels nous esportistes que inicien la seva trajectòria professional. També han donat una gran visibilitat a esportistes, que si no fos per les xarxes socials, serien pràcticament desconeguts, ja que la seva aparició en els mitjans de comunicació és molt limitada. Un exemple és el de Lydia Valentín, campiona del món en la categoria d'halterofília i que ha participat en diverses vegades als Jocs Olímpics. La seva activitat a les xarxes socials, combinada amb la seva participació en els grans tornejos internacionals, li va fer guanyar certa popularitat, fins a tal punt que s'ha convertit en una esportista mediàtica, referent en el seu esport, i que ocupa les planes i els espais dels mitjans de comunicació. Una notorietat que han sabut aprofitar per treure un rendiment econòmic promocionant a les marques comercials i que ha millorat la relació amb els seus seguidors, fins al punt de conèixer més a la persona que hi ha darrere del mateix esportista.

5. Conclusions

Després d'un llarg període de temps d'estudi, anàlisi i valoració puc confirmar que he trobat la resposta d'aquelles preguntes que em vaig plantejar abans de començar amb aquest treball, així com poder verificar o desmentir algunes de les hipòtesis esmentades. Una de les prioritats que tenia era descobrir amb quin objectiu utilitzaven els esportistes d'elit les xarxes socials, quin tipus de contingut solien publicar normalment i veure si el fet que fossin més o menys mediàtics tenia alguna relació amb la seva activitat a les xarxes. Per fer-ho, vaig analitzar el perfil de sis esportistes residents a Espanya i que fossin considerats referents i dels millors en cada un dels seus esports. Els esportistes escollits van ser Leo Messi, Cristiano Ronaldo, Thomas Huertel, Marc Márquez, Mireia Belmonte i Rafael Nadal. En el període de temps seleccionat, de l'1 de gener al 31 de març, es va extreure una mostra molt significativa de l'activitat dels esportistes a les xarxes socials. La majoria utilitzen les xarxes socials per mostrar els instants més íntims de la seva vida privada i del seu entorn més pròxim, per informar sobre els pròxims esdeveniments que disputarà com ha esportista professional i valorar el resultat d'aquests, i promocionar els productes de les marques que els contracten.

En aquest últim aspecte, les marques comercials utilitzen les xarxes socials dels esportistes com un canal on fer publicitat dels seus productes, aprofitant el seu ressò mediàtic i la gran quantitat de seguidors que tenen. De tots els *posts* publicats per Leo Messi en el període de temps establert, el futbolista argentí destina un 23'88% de les seves publicacions a promocionar un producte. De forma similar, Marc Márquez amb un 24'07% i Rafael Nadal amb un 23'72% dediquen el mateix percentatge a complir amb els requisits que les marques comercials que els contracten estableixen. Els tres esportistes són referents mundials en els seus esports, i tot i que utilitzen les xarxes socials per promocionar alguns productes no volen ocupar els seus perfils amb tot tipus d'anuncis i que estiguin replets de publicitat. Pel que fa a Thomas Huertel, tot i formar part d'alguna marca, en el temps establert no va fer cap publicació orientada a promocionar un producte. Huertel és una persona poc activa a les xarxes socials, i tot i ser un dels millors basquetbolistes del nostre país, aquest esport no mou tants seguidors com els altres, el que dificulta als seus jugadors ser coneguts per la societat i tindrà cert ressò mediàtic. D'altra banda, el 42'46% de les publicacions de Cristiano Ronaldo a les xarxes socials són amb fins comercials i publicitaris. S'entén que Ronaldo utilitzi les xarxes, majoritàriament amb aquesta finalitat, ja que és l'esportista

que més ingressos percep per la venda dels seus drets d'imatge i promocionar a les marques que el contracten. Mentre que Mireia Belmonte, que tampoc és gaire activa a les xarxes socials, ocupa el 60% de les seves publicacions en mostrar els productes i serveis de les marques comercials que la tenen fitxada, aconseguint que més de la meitat del perfil de Belmonte a les xarxes socials estigui format per anuncis i promocions.

En conclusió, els esportistes d'elit, sobretot els més mediàtics, utilitzen les xarxes socials per promocionar els productes de les marques comercials que els contracten, entre d'altres propòsits, a canvi d'un benefici econòmic, a part del que perceben procedent de la seva activitat com a esportistes professionals. En alguns casos, la publicitat i promoció de marques no sol ser el principal contingut que publiquen en les seves xarxes socials, ja que també ofereixen informacions als seus seguidors de la seva vida privada, esportiva i interaccionen amb ells en una relació més personal. Mentre que altres, que no són tan partidaris de mantenir aquesta relació amb els seus *fans*, utilitzen les xarxes socials, principalment, amb l'objectiu de promocionar els productes de les marques que representen.

D'altra banda, el ressò mediàtic d'alguns esportistes i l'interès que generen entre els seus seguidors ha cridat l'atenció d'alguns dels mitjans de comunicació del nostre país. Una de les hipòtesis que tenia era demostrar que els mitjans de comunicació esportius espanyols donaven molta importància a l'activitat dels esportistes a les xarxes socials, encara que no tingués un interès esportiu. Dels quatre mitjans seleccionats tots tenen una secció especialitzada on publiquen tots els temes relacionats amb els fets virals que succeïxen a Internet i amb l'activitat dels esportistes d'elit a les xarxes socials. El diari Sport té una secció nomenada *Fuera de juego*, el Mundo Deportivo té el *Vaya mundo*, l'AS té el *Tikitakas* i el Marca té el *Tiramillas*. El contingut d'aquestes seccions és molt similar entre si, ja que els protagonistes dels fets gairebé sempre són els mateixos: els futbolistes. El futbol és l'esport més seguit a Espanya i el que té més presència en els mitjans de comunicació esportius, igual que els futbolistes, que són considerats com a *celebrities* i gaudeixen d'un gran reconeixement per part de la societat. El Mundo Deportivo és el diari que més notícies publica sobre l'activitat dels esportistes a les xarxes socials, amb un total de 202 notícies en els tres mesos que va durar l'estudi. A continuació està l'Sport, que va publicar 196 notícies sobre aquesta temàtica. Els dos diaris editats a Barcelona són els que més recorren a aquest tipus d'informacions. El diari AS, amb 188 notícies, i el Marca amb 141 notícies completen el rànquing. Com és d'esperar, els dos diaris

editats a Barcelona donen prioritat a les notícies protagonitzades pels jugadors del Barça, mentre que els diaris de Madrid prioritzen a les informacions dels jugadors del Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid.

Les notícies relacionades amb l'activitat dels esportistes a les xarxes socials, de vegades, pot ser que no tinguin cap rellevància en l'àmbit esportiu, com quan per exemple mostren el *new look* d'un jugador quan es talla el cabell o quan es fotografia amb la seva parella i els seus fills mentre gaudeix de les vacances. Però també pot ser que aportin informacions importants, i que si no fos perquè l'esportista les publica a la seva xarxa social, la informació mai sortiria a la llum, i els mitjans no ho podrien reproduir i fer arribar als seus lectors, com quan un esportista es mostra recuperant-se d'una lesió i explica que tot va com s'havia establert. En qualsevol cas, sigui rellevant o no a escala esportiva, les notícies que mostren l'activitat dels esportistes a les xarxes socials criden l'interès entre els lectors del mitjà i generen un gran nombre de visites i comentaris, que és el que volen alguns mitjans de comunicació, ja que com més visites té un espai és més atractiu per una marca poder incloure un anunci publicitari.

Després de veure el gran nombre de notícies que sorgeixen a partir de les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, una altra de les hipòtesis plantejades era comprovar si els mateixos mitjans de comunicació havien creat una espècie de nou gènere periodístic que barrejava el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa groga. Em vaig adonar que moltes d'aquestes notícies mostraven la vida privada de l'esportista, i anaven acompanyades amb titulars cridaners que tenien la intensió d'atraure l'atenció dels lectors, encara que en algun cas fos d'una forma poc clara, confusa, que pogués generar més interès, el que s'entén a Internet com el *clickbait*. Després de consultar-ho amb alguns dels millors professionals i periodistes de Catalunya, tots van coincidir i arribar a la conclusió que els mitjans esportius recorren constantment a donar informacions sensacionalistes, que mostren la vida més pròxima, personal i privada de l'esportista, quan únicament haurien d'informar sobre temes relacionats amb l'esport. Una barreja que ha resultat molt beneficiosa per alguns dels mitjans de comunicació esportius, que han vist com les seves versions web compten amb milers, en alguns casos milions, de visites cada dia, superant de llarg la difusió de la versió en paper.

Un altre punt important del treball era descobrir les estratègies comunicatives que tenen les marques comercials amb els esportistes a l'hora de promocionar un dels seus productes. El sector del màrqueting i la publicitat també ha sabut aprofitar els beneficis que han aportat les xarxes socials. Un nou mercat ha aparegut en les xarxes socials, i les marques ho han vist com un canal on arribar a un públic més ampli i més especialitzat que el que es pot trobar en qualsevol mitjà de comunicació. Per exemple, hi ha esportistes amb més de cent milions de seguidors a les xarxes socials, per la qual cosa tenen una difusió impossible d'assolir per l'audiència d'una cadena televisiva, pels oients d'una emissora de ràdio o pels lectors d'un diari. A més, els mitjans convencionals mostren tot tipus de productes i serveis, destinats a un públic molt genèric i ampli, encara que no siguin de l'interès dels espectadors. En canvi, quan un esportista promociona un producte, les marques ja saben que en la majoria dels casos el bé interessa als seus seguidors, com quan un futbolista anuncia les seves noves botes, ja que és molt probable que la majoria de les persones que el segueixen siguin fanàtiques d'aquest esport, i fins i tot en alguns casos, el practiquin d'una forma amateur i per gaudir del seu temps d'oci.

Les xarxes socials han aportat molts aspectes positius, tant en el sector de la comunicació, on podem trobar el periodisme, la publicitat i el màrqueting, com en el sector esportiu. Els esportistes han trobat la forma d'acostar-se als seus seguidors i mostrar-los la part més personal i íntima que els envolta, allunyada de la seva faceta com a esportistes professionals que es mostrava en els mitjans de comunicació. També han sabut entendre aquest nou mercat i li treuen un rendiment econòmic a les seves xarxes socials en promocionar els productes de les marques que representen. Els ingressos que perceben procedents de la venda dels seus drets d'imatge pot arribar, així és en la majoria dels casos, a superar els percebuts en la seva activitat professional com a esportistes d'elit.

6. Bibliografia

Almansa, A. (2005). Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios. Recuperat l'11 de març, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2925907>

Arango Forero, G. (2005). Siglo XXI. Hacia una nueva deontología del periodismo Deportivo. *Palabra-Clave* N°13. Recuperat el 12 de desembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/html/649/64901307/>

Campos Santiago, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación* N°63. Recuperat el 12 de desembre de 2017, de https://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html

González-Palència, R. & Mendaña, J. (2012). *MARCA. Libro de estilo*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del periodista*. Barcelona: Taurus.

Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.

Rojas Torrijos, J. (2014). Periodismo Deportivo, nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis* N°4, 178-190.

Rojas Torrijos, J. (2017). *Periodismo deportivo de manual*. Madrid: Tirant Humanidades

Rost, A. (2012). Modelos de uso y gestión de redes sociales en periodismo. *IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Recuperat el 11 de desembre de 2017, de

https://www.researchgate.net/profile/Alejandro_Rost/publication/253651025_Modelos_de_uso_y_gestion_de_redes_sociales_en_el_Periodismo/links/0deec51fa56a1b8f2800000.pdf

Schravesande, E. (2015). El deportista como producto de marketing a través de las redes sociales. *Johan Cruyff Institute*. Recuperat el 20 de desembre del 2017, de

<https://johancruyffinstitute.com/es/blog-es/el-deportista-como-producto-de-marketing-a-traves-de-las-redes-sociales/>

6.1. Bibliografia web

AIMC. (2016). Febrero - Marzo 2016. *Audiencia de Internet EGM*, 10. Recuperat el 27 de febrer, de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2016/04/internet116.pdf>

AIMC. (2016). Febrero - Noviembre 2016. *Resumen General EGM*, 8. Recuperat el 27 de febrer, de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm316.pdf>

AIMC. (2017). Abril 2016 a Marzo 2017. *Resumen General EGM*, 8-18. Recuperat el 27 de febrer, de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm117.pdf>

AIMC. (2018). Audiencia de Internet en el EGM. Recuperat el 27 de febrer, de <http://www.aimc.es/egm/audiencia-internet-egm/>

AIMC. (2018). Resumen general de resultados EGM. Recuperat el 27 de febrer, de <http://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/>

Apple Tree Communications. (2017). *#SocialScene Influencers*. Recuperat el 4 de març de, <http://www.appletreecommunications.com/wp-content/uploads/2017/10/Socialscene-influencers-2017.pdf>

APM. (2016). *Informe anual de la profesión periodística*. Recuperat el 3 de març, de http://www.apmadrid.es/wpcontent/uploads/2017/10/Informe_anual_profesion_APM_2016_baja_7mq.pdf

ATP. (2018). *Rafael Nadal. Biografía del jugador*. Recuperat el 25 de febrer, de <http://www.atpworldtour.com/es/players/rafael-nadal/n409/bio>

ATP. (2018). *Rafael Nadal. Títulos & finales*. Recuperat el 25 de febrer, de <http://www.atpworldtour.com/es/players/rafael-nadal/n409/titles-and-finals>
<http://www.eldesmarque.com/motor/201989-la-precocidad-llega-desde-cervera>

Corcoles, L. Hernández, M. Laporta, A. Morcillo, G. (2008). *Breve historia del diario AS*. Recuperat el 14 de març, de <https://produccionumh02.wordpress.com/2008/10/22/breve-història-del-diario-as/>

Delgado, P. (2016). *¿Cuánto cobran Cristiano o Messi por un tweet?* Recuperat el 8 d'abril, de <https://www.elgrupoinformatico.com/cuanto-cobran-cristiano-messi-por-tweet-t28917.html>

EFE. (2016). *Las redes sociales se consolidan como la primera Fuente de información de los jóvenes*. Recuperat l'11 de febrer, de <https://www.20minutos.es/noticia/2773436/0/redes-sociales-fuente-informacion-jovenes/>

F.A.P.E. (2016). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2016*. Recuperat el 2 de març, de <http://fape.es/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2016/>

Felipe, A. (2017). *Lionel Messi*. Recuperat el 22 de febrer, de <https://història-biografia.com/lionel-messi/>

Felipe, A. (2017). *Cristiano Ronaldo*. Recuperat el 22 de febrer, de <https://història-biografia.com/cristiano-ronaldo/>

Forbes Staff. (2015). *Los 10 atletas mejor pagados... en Twitter*. Recuperat el 9 d'abril, de <https://www.forbes.com.mx/los-10-atletas-mejor-pagados-en-twitter/>

Forbes Staff. (2017). *Cristiano Ronaldo repite como el atleta mejor pagado del mundo en 2017*. Recuperat el 10 d'abril, de <https://www.forbes.com.mx/cristiano-ronaldo-repite-atleta-mejor-pagado-del-mundo-2017/>

Forbes Staff. (2017). *Rafael Nadal*. Recuperat el 9 d'abril, de <https://www.forbes.com/profile/rafael-nadal/>

Grupo IGOID. (2017). *Las redes sociales y los deportistas: una curiosa relación*. Recuperat el 9 d'abril, de <http://www.investigacionengestiondeportiva.es/241117/>

Iglesias, J. (2015). *¿Como consumimos noticias de actualidad a través de las redes sociales?*. Recuperat el 14 de març, de <https://www.zesto.es/noticias-redes-sociales-informacion/>

La jugada financiera. (2017). *¿Cuánto dinero cobra Marc Márquez? Análisis del negocio del 6 veces campeón del mundo*. Recuperat el 10 d'abril, de <http://lajugadafinanciera.com/cuanto-cobra-marc-marquez-2017/>

Magallón, A. (2017). *Entrevista a Carlos Demathey – Strongman Tarrako*. Recuperat el 8 d'abril, de <https://infowod.com/entrevista-a-carlos-demathey-strongman-tarrako/>

Negredo, S. (2016). *Los usuarios de noticias se informan cada vez más en los móviles y redes sociales y rechazan los anuncios y el pago*. Recuperat el 25 de febrer, de <https://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/detalle-noticia4/2016/06/23/los-usuarios-de-noticias-se-informan-cada-vez-mas-en-moviles-y-redes-sociales-y-rechazan-los-anuncios-y-el-pago/>
[/asset_publisher/y3nQ/content/2016_06_23_com_dnr2016/10174](https://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/detalle-noticia4/2016/06/23/los-usuarios-de-noticias-se-informan-cada-vez-mas-en-moviles-y-redes-sociales-y-rechazan-los-anuncios-y-el-pago/)

OJD, (2011). *Evolución Audiencia SPORT*. Recuperat el 12 de desembre, de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/sport-evolucion-audiencia/totales/anual/68/trafico-nacional/>

Ortiz, A. (2017). *Los deportistas en RRSS: Quien será el rey?* Recuperat el 9 d'abril, de <http://www.tilomotion.com/blog/los-deportistas-en-las-redes-sociales/>

Pasamontes, L. (2017). *Cuando un deportista se carga su carrera por culpa de Twitter*. Recuperat el 10 d'abril, de https://blogs.elconfidencial.com/deportes/tribuna/2017-11-28/redes-sociales-deportistas-empresas_1484647/

Rojas Torrijos, J. (2011). *El manual de estilo de Don Balón, uno de los mayores exponentes del periodismo Deportivo de calidad*. Recuperat el 11 de febrer, de <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2011/10/el-manual-de-estilo-de-don-balon-uno-de.html>

Ruiz, I. (2015). *Los futbolistas que más cobran por cada tweet publicitario*. Recuperat el 12 d'abril, de <https://es.besoccer.com/noticia/los-futbolistas-que-mas-cobran-por-cada-tweet-publicitario>

Sotos, E. (2017). *Hablamos con el hombre más fuerte de España y nos da 10 lecciones brutales*. Recuperat el 8 d'abril, de <https://www.codigonuevo.com/entretenimiento/hablamos-hombre-fuerte-espana-da-10-lecciones-brutales>

Suárez, O. (2016). *Cristiano, 200.000 euros por un tuit*. Recuperat el 9 d'abril, de <http://www.elmundo.es/deportes/2016/03/30/56fc2c9ce2704eef348b45ea.html>

The Cocktail Analysis. (2016). *VIII Observatorio de Redes Sociales*. Recuperat el 27 d'abril, de <http://tcanalysis.com/blog/posts/viii-observatorio-de-redes-sociales>

Varona, A. (2014). *¿Cuánto vale Mireia Belmonte?* Recuperat el 9 d'abril, de <http://www.publico.es/deportes/vale-mireia-belmonte.html>

Vila, M. (2017). *La agencia que gestiona la comunicación de Messi emprenderá acciones legales ante la información falsa*. Recuperat el 5 d'abril de, <http://laronda.es/la-agencia-que-gestiona-la-comunicacion-de-messi-emprendera-acciones-legales-ante-la-informacion-falsa/>

7. Annexos

7.1. Entrevistes

7.1.1. Eloi Sansa Colomer

-Com valora els canvis que ha viscut el periodisme en els darrers anys?

El periodisme està evolucionant contínuament, i s'ha de vigilar molt perquè depèn com podem anar cap a una situació una mica perillosa, és a dir, hem passat de buscar la informació fàcil a buscar una informació ja elaborada pels interessats, el que fa que el periodisme perdi la seva essència. L'essència del periodisme és treballar una informació i servir-la, no que te la donin feta els clubs, els jugadors, el protagonista dels fets i que tu només la repeteixis.

-Considera que les xarxes socials han modificat la deontologia i les formes de fer i entendre el periodisme?

En part sí. És la part del perill aquesta que comentava, ja que de vegades les xarxes socials impliquen una immediatesa, un impacte immediat, el que significa que en ocasions es pot arribar a manipular a la cerca del titular fàcil o de la fotografia d'impacte. Les formes de servir la informació, buscant un consum més ràpid, està modificant el conjunt del periodisme.

-Considera que hi ha algun tipus de contingut informatiu específic que només vagi destinat a un sol mitjà?

Crec que cada mitjà o cada canal té el seu propi llenguatge. Fins i tot a les xarxes socials hi ha diferències de contingut. No s'utilitza de la mateixa forma Twitter que Facebook i Instagram, per exemple. Doncs evidentment no és el mateix servir un contingut per Internet o per les xarxes socials que per la premsa escrita, la televisió o la radio.

-Creu que si una informació és rellevant, hauria de tindre un espai en qualsevol plataforma?

Cada mitjà té el seu propi llenguatge i pels que un pot ser rellevant pels altres no ser-ho.

-Perquè creu que les informacions relacionades amb les publicacions a les xarxes socials tenen més presència en els mitjans digitals?

Sobretot per la immediatesa. Actualment tant els mitjans tradicionals com els mitjans digitals tenim molt limitades les fonts d'informació, sobretot pel que fa als esports. De vegades tenim el comunicat que fa el club, alguna nota de l'agència de comunicació i prou més. Podem fer alguna trucada i anar als entrenaments però tot i això hem d'aprofitar una font d'informació constant com són les xarxes socials.

-Considera que el periodisme esportiu és un dels gèneres on són publicades més notícies relacionades amb les xarxes socials?

Si, és possible. Però és que els esdeveniments esportius tenen molt d'impacte a les xarxes socials. Llavors és com un peix que es mossega la cua. Si hi ha molta gent parlant de la Champions League a les xarxes socials, es genera un impacte brutal, fa que es generin més notícies, etc.

-Quines característiques considera que ha de tenir una publicació d'un esportista a les xarxes socials perquè sigui un fet notíciabile?

Hi ha diversos aspectes. Últimament sembla que té molta rellevància la part més privada i personal dels esportistes. Personalment considero que és notíciabile quan conté un fet relacionat amb l'esport, com quan per exemple el Piqué va fer la famosa foto del "Se queda" amb el Neymar, tot i que després va marxar, en aquell moment tenia molta incidència perquè tothom estava pendent si Neymar marxava o es quedava al Barça. En aquell moment aquest post tenia molta rellevància informativa, en canvi si el mateix Piqué penja una fotografia amb la Shakira, considero que no té cap tipus de rellevància informativa. Tot i que hi ha un aspecte de la informació utilitzat per diversos mitjans que sí que destaquen aquest tipus de publicacions.

-Creu que els mitjans de comunicació, sobretot els digitals que reproduïxen les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, han creat un nou gènere periodístic que barreja el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa groga?

Si, a més d'una forma molt clara. La premsa esportiva tradicional de tant en tant flirtejava amb això, però normalment se centrava en el tema esportiu. Últimament, tenint en compte l'auge d'Internet i del periodisme digital, està anant molt més lluny. Per exemple hi ha diaris que tenen seccions molt consolidades, com el *Fuera de juego* del Sport o el *Vaya mundo* del Mundo Deportivo, dedicades a les accions dels esportistes en la seva vida privada i les publicacions a les xarxes socials. I això va a

més. Nosaltres des de TV3 i l'Esport3 no som un mitjà que toqui gaire aquests temes però quan en fem algun de tant en tant, poder no tant sensacionalista com els d'altres mitjans, però veiem com té molts més *clics* i visites que una informació tradicional esportiva. I dius: Ostres. El consum ho demana. Els propis lectors són els que ho demanen.

-Considera que les informacions sobre les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són rellevants per ocupar un espai en els mitjans de comunicació?

Depenent del contingut informatiu que aportin. Si van relacionades amb l'esport, considero que si poden tindre cabuda en un mitjà digital.

-Creu que reproduint les publicacions dels esportistes a les xarxes socials esteu publicitat a les marques comercials sense adonar-vos compte?

Des de TV3 intentem no fer-nos ressò d'una informació sorgida d'esdeveniments comercials, a no ser que hi hagi un valor informatiu molt potent. Si en aquell moment el jugador de torn dona una informació molt rellevant, evidentment haurem de fer ressò d'aquell acte. Però sempre intentem que no tingui el ressò comercial que busca aquella marca.

-Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el periodisme?

En general si, tot i que té aspectes negatius. Les xarxes socials són un canal més, que depèn de com s'utilitzen poden ser un valor positiu. La veritat és que siguin positives o negatives són inevitables, les xarxes socials estan aquí per quedar-se i no hi ha més remei. Un dels aspectes positius és que la informació circula molt més ràpida. De vegades no es poden amagar certes informacions i acaben sortint a la llum gràcies a les xarxes socials.

7.1.2. Joan Sánchez Piñol

-Com valora els canvis que ha viscut el periodisme en els darrers anys?

Crec que en aquests moments estem molt lligats a una actualitat immediata, el que ha fet canviar les fonts d'informació. Ara moltes fonts ens vénen donades pels propis esportistes, el que ens marca l'agenda a l'hora de preparar una informació. Són els propis esportistes els que t'estan comunicant les coses, més enllà del club o d'un esdeveniment puntual.

-Considera que les xarxes socials han modificat la deontologia i les formes de fer i entendre el periodisme?

Sí, han modificat alguns aspectes del periodisme. Ara s'està molt pendent de tot el que passa a les xarxes socials, i és el que marca la teva agenda informativa l'hora d'escollir els teus continguts. És veritat que és un tema que porta molt de soroll, però tampoc el pots obviar el que passa a les xarxes.

-Considera que hi ha algun tipus de contingut informatiu específic que només vagi destinat a un sol mitjà?

En el cas de TV3 treballem amb continguts de xarxa que no tenen prou rellevància per anar a un programa informatiu com podria ser un telenotícies, però en canvi aquest mateix contingut podria tenir cabuda en el portal web o en un programa esportiu. Per exemple, en el cas de Messi, qualsevol comunicació que fa Messi a les xarxes socials, pel fet que es Messi ja té una transcendència. Potser no tanta per posar-ho en un informatiu, però si per fer-ne una notícia per la web o per parlar-ne en un programa esportiu.

-Perquè creu que les informacions relacionades amb les publicacions a les xarxes socials tenen més presència en els mitjans digitals?

Bàsicament perquè la majoria d'aquests continguts tenen un component audiovisual molt potent, ja sigui o una fotografia o un vídeo. Això en la premsa escrita no ho pots traslladar, és a dir no té la mateixa repercussió. A més, com la majoria de gent està consumint les notícies des d'un dispositiu electrònic, com pot ser un telèfon mòbil per exemple, és molt llaminer poder penjar una notícia on hi ha una fotografia on vídeo. És més, el propi missatge ja és la fotografia o el vídeo. Aquest missatge no el pots traslladar amb una font que no et dona el dispositiu.

-Considera que el periodisme esportiu és un dels gèneres on són publicades més notícies relacionades amb les xarxes socials?

És possible que sí. En els últims anys hem viscut un procés de bancarització dels clubs esportius, i l'exemple més clar és el del Barça. Si cada cop tens menys accés als jugadors o al que passa dins del club, has d'agafar allò que tens disponible. En aquest cas el que tenim disponible són aquestes comunicacions que fan els mateixos jugadors a les xarxes socials. Això es pot extrapolar a altres esports on al final, ja sigui perquè no tens accés a aquella competició, a nivell de drets televisius, l'única informació que tens és la que els propis esportistes t'ofereixen. I has d'agafar allò perquè sinó no tindries cap contingut més.

La conseqüència d'això, més enllà del missatge, és que els esportistes acaben restringint les seves aparicions en els mitjans al que els hi dicta la competició de forma obligada. Per un tema de volum els hi és més fàcil comunicar un missatge i que l'agafi qui vulgui, sigui premsa, televisió, ràdio o digital, que no haver de fer aquesta comunicació convocant a cada un dels mitjans o fent una roda de premsa que ja implica un moviment. Els hi és molt més còmode d'aquesta manera.

-Quines característiques considera que ha de tenir una publicació d'un esportista a les xarxes socials perquè sigui un fet notíciabile?

Des del punt de vista que a les xarxes socials, la gent a nivell personal el que els mou és el tema emotiu, d'espectacle o de fets sorprenents, tot el que té a veure amb la comunicació de coses personals és el que segurament enganxa més. També té a veure la proximitat, ja que t'apropes més a la persona i no tant al personatge esportiu. Aquest contacte personal, que de vegades no tens, a través de les xarxes socials et pots acostar una mica.

-Creu que els mitjans de comunicació, sobretot els digitals que reproduïxen les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, han creat un nou gènere periodístic que barreja el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa groga?

En certa manera sí. També haig de dir que no veig un punt de tornada d'això. És un fenomen que ha vingut per quedar-se, i fins i tot per amplificar-se. És un tema del gènere humà, ja que de vegades tens la sensació que és el que busca la gent. Sí que hi ha un ventall de gent, que no és tan ampli, que busca més la part concreta d'aquell esport i li agrada conèixer i mirar al detall les coses més tècniques, però hi ha un ventall molt més gran que accedeix a través d'aquestes publicacions per veure el que fa i diu l'esportista de torn aquell dia. Llavors no hem d'oblidar que la majoria dels

mitjans tenen com a objectiu tenir una audiència per aconseguir uns redits gràcies a aquesta audiència s'han mogut cap aquest espai.

Personalment penso que cada mitja a nivell editorial es posa els seus límits. Nosaltres des de TV3 i Esport3, sabent que som una televisió pública, tenim molt clar quin és el nostre límit, i segurament és molt més estricte que a altres mitjans. És una decisió del mitjà triar on posa aquest límit de dir si un contingut és molt rosa, molt sensacionalista, segons el seu criteri.

-Considera que les informacions sobre les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són rellevants per ocupar un espai en els mitjans de comunicació?

La gran majoria dels mitjans de comunicació van a cridar l'atenció de l'audiència, un *clickbait*. Encara que no sabria dir-te amb quin percentatge, ja que també considero que algunes sí que tenen certa rellevància. De vegades és una comunicació que fa un esportista, més enllà del seu club, d'una cosa que vol explicar, llavors considero que pot tenir rellevància. Per exemple si en Kilian Jornet explica a les xarxes socials que ha decidit que aquest any no participarà en aquella cursa. Ara, també et dic que un gran percentatge va a buscar aquest sensacionalisme de veure que ha fet, que ha dit, quina fotografia ha penjat o quin vídeo ha gravat.

-Creieu que reproduint les publicacions dels esportistes a les xarxes socials esteu publicitat a les marques comercials sense adonar-vos compte?

En el nostre cas, el nostre llibre d'estil ens marca com hem d'actuar en aquests casos, i les consideracions és que no fem cap menció de la marca publicitària. Si a través de la imatge o del vídeo surt la marca és evident que no podem manipular aquella informació. Som bastant estrictes en no fer menció a aquella marca, per tant sempre que sigui possible evitem publicar continguts d'aquest tipus.

-Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el periodisme?

Des del punt de vista de difondre els teus continguts i que arribin a un ventall més ampli de gent fa que doni una internacionalització del teu contingut ho veig positiu. A més, la possibilitat de nodrir-se d'alguns continguts, que si no fossin a través de les xarxes socials no els tindries, també és un valor afegit.

7.1.3. Àlex Castells Álvarez

-Com valora els canvis que ha viscut el periodisme en els darrers anys?

Valoro els canvis positivament, ja que d'una banda ha aportat un nou punt de vista pel que fa a l'accés a les fonts, llocs i moments que anteriorment eren desconeguts o estaven tancats als periodistes, i ara són els mateixos esportistes que obren les portes de casa seva o del vestidor i t'ensenyen moments més íntims. Però a l'hora hi ha molt soroll a les xarxes socials i és complicat saber discriminar entre el que és interessant i el que no ho és, això com entre el que és real i el que no ho és. Però igual que tot, que té la seva part bona i la seva part dolenta. És un nou escenari on els mitjans de comunicació ens hem hagut d'adaptar, millor o pitjor, ja que encara estem en aquest procés.

-Considera que les xarxes socials han modificat la deontologia i les formes de fer i entendre el periodisme?

Per descomptat. Ha obligat als mitjans, en certa manera, a revisar molt la nostra manera de treballar. Aquí a la Televisió de Catalunya, en el cas de l'1 d'octubre per exemple, vam haver d'activar un grup de gent que s'encarregués de verificar tota la informació que arribava procedent de les xarxes socials. S'han enriquit les fonts, però també ha augmentat el risc pel que fa a la credibilitat dels informadors.

-Considera que hi ha algun tipus de contingut informatiu específic que només vagi destinat a un sol mitjà?

Depèn de la transcendència i rellevància, tant dels fets com del protagonista. Hi ha continguts que per la seva rellevància poden aparèixer en un programa televisiu, radiofònic i tindre un espai en el portal web.

-Perquè creu que les informacions relacionades amb les publicacions a les xarxes socials tenen més presència en els mitjans digitals?

En el cas de les fotografies sí que tenen molta presència en els mitjans escrits. La típica fotografia de Messi després de néixer el seu tercer fill i la seva dona que comparteix a les xarxes socials apareix en tots els diaris. En el moment que hi ha un vídeo o algun contingut per l'estil sí que és més difícil poder-ho traslladar. La majoria d'aquestes notícies estan pensades per ser consumides en un *smartphone* o tauleta.

-Considera que el periodisme esportiu és un dels gèneres on són publicades més notícies relacionades amb les xarxes socials?

En el cas del Barça, que per nosaltres a TV3 és el principal ítem informatiu del dia és molt evident. El nostre accés als protagonistes en els últims anys ha anat limitant-se cada vegada més i més fins que pràcticament és inexistent. Ens costa molt accedir a entrevistes amb futbolistes o sessions fotogràfiques com les que feien fa molts anys els diaris, i al final per nosaltres té molt valor el que ells puguin compartir a les xarxes socials. En certa manera també és una necessitat per part nostre recorre aquest tipus de contingut. D'altra banda també és veritat que cada vegada més els esportistes s'han convertit en una marca que venen a través de les xarxes. És un fenomen que als Estats Units fa anys que existeix, i a l'esportista l'interessa molt més penjar un post al seu Instagram que atendre als mitjans de comunicació en un post-partit. D'aquesta manera es controla molt més el missatge que si ho fes valorant el partit que acaben de jugar.

L'esportista és com una empresa, i dins d'aquesta empresa hi ha gent que s'encarrega de la seva imatge i de la seva comunicació. Potser sí que el Piqué controla molt més el seu propi Twitter i Instagram, però Messi no, Messi té un equip encarregat de tot això al darrere, Iniesta també té gent al darrere. Als Estats Units estic segur que esportistes com LeBron James tenen a molta gent que treballa per ells. L'esportista més enllà de l'esportista és una marca, és un producte, que venen a través de les xarxes socials.

-Quines característiques considera que ha de tenir una publicació d'un esportista a les xarxes socials perquè sigui un fet notíciabile?

Jo crec que el que té més valor és l'accés a aquest cercle més íntim i el seu entorn més familiar, més personal, desconegut fora del que és el seu àmbit natural com a esportista.

El que és més important, i no només en les xarxes socials sinó en tot, sigui en les notícies o en qualsevol fet és la importància d'aquest o la rellevància mediàtica del personatge o esportista, M'explico, si per exemple el Thomas Heurtel es trenca la tibia i el peroné tindrà una presència relativa en els mitjans, però si en canvi li passa alguna cosa a Leo Messi, per poc significant que sigui serà portada en molts mitjans. La importància o rellevància del personatge, que sigui més o menys mediàtic, té la mateixa incidència tant en les xarxes socials com en qualsevol altre aspecte.

-Creu que els mitjans de comunicació, sobretot els digitals que reproduïen les publicacions dels esportistes a les xarxes socials, han creat un nou gènere periodístic que barreja el periodisme esportiu amb el sensacionalisme típic de la premsa del cor?

D'alguna manera els mitjans de comunicació tenim una responsabilitat per, dins d'aquest nou gènere o com vulguis catalogar-ho, ser una mica curiosos. No cal caure en sensacionalismes i demés. Aquí a la televisió pública de Catalunya, hi ha productes a les xarxes que després tenen, o no, cabuda a la televisió. En els informatius poques vegades em mostrat activitats de la vida íntima dels esportistes, com per exemple si van d'excursió amb la seva parella o si tenen una criatura. En certa manera intentem mantenir-nos dins de la frontera de la informació esportiva, tot i que sovint és inevitable traspasar una mica la línia.

-Considera que les informacions sobre les publicacions dels esportistes a les xarxes socials són rellevants per ocupar un espai en els mitjans de comunicació?

Depèn de la manera en com venguis aquesta informació. Tots sabem com venen alguns mitjans alguna publicació d'aquestes i com la venen uns altres. Per exemple: Vegem com reacciona tal en veure això... Això sí que és una manera descarada d'anar a buscar el *clickbait*. D'altra banda si el mateix Kilian Jornet penja la radiografia de la fractura que ha tingut al braç, sí que crec que té un contingut informatiu, i que tu com a periodista, en certa manera, tens l'obligació d'explicar-ho.

-Creieu que reproduint les publicacions dels esportistes a les xarxes socials esteu publicitat a les marques comercials sense adonar-vos compte?

Si la venda del producte és excessivament descarada serà descartat. Tenim un llibre d'estil que ens ho marca i que hem de complir. Sí que és veritat que moltes vegades et pots trobar que un contingut és brutal i hauràs de considerar si té prou valor per donar-li presència en el teu mitjà. Encara que sempre intentant minimitzar la presència de la marca comercial i sense fer-li una referència directa.

Al final les marques comercials estan al darrere de tot. Hi ha jugadors, com per exemple Andrés Iniesta o Leo Messi, que només parlen amb els mitjans en actes organitzats per les marques que els contracten. Llavors has de triar si li dones importància a aquell acte que parla Messi o no. Des del meu punt de vista no hi ha discussió. Ha parlat Messi, que no ho fa mai, i si comenta alguna cosa interessant, no podem no incloure'l i no dedicar-li un espai.

-Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el periodisme?

Més enllà de ser positiu o negatiu és inevitable. No te'n queda un altre. És una evolució, una nova branca en la nostra professió, que simplement em d'estudiar com funciona, adaptar-nos i saber com tractar-ho. No els hi podem girar l'esquena, no ens queda una altra opció, seria anar en contra de la natura.

7.1.4. Emilio Fernández Peña

- Qui són els responsables que s'encarreguen de portar el perfil dels esportistes d'elit a les xarxes socials?

No hi ha un patró que defineixi a cada esportista. També depèn, en part, si és molt mediàtic o no. Gairebé tots els esportistes d'elit tenen un ampli equip que s'encarrega de tots els temes relacionats amb la comunicació i imatge del mateix esportista, però en la majoria dels casos és el mateix esportista el que decideix que publica i que no, encara que amb el consentiment de l'equip que té al darrere. Hi ha clubs o equips que donen als esportistes un manual de com mostrar-se a les xarxes socials per saber quin contingut poden publicar i quin no, ja que de vegades pot ser que creuin una línia que l'equip no vol sobrepassar. Com quan Neymar, per exemple, jugava al Barça i se'l veia tot el dia mostrant-se de festa per Barcelona. Ara han de seguir uns protocols, també pel que fa a l'ús de les xarxes socials. S'ha de tenir en compte que es perd una mica de frescor i es nota bastant quan un equip de comunicació porta les xarxes socials d'un esportista. Als seguidors els hi agrada veure la part més pròxima i personal de l'esportista.

-Considera que les xarxes socials han suposat un nou mercat on les marques comercials promocionen els seus productes o serveis?

Sí, les marques han creat una publicitat especialitzada dirigida a un públic determinat. Normalment el públic de la televisió és molt més genèric, en canvi el que segueix una xarxa social ja és molt més concret. Totes les persones que segueixen a un esportista és perquè tenen un interès, no és una cosa imposada com poden ser els anuncis que et troben a la televisió o a la ràdio. En el cas de les xarxes socials, tu com a seguidor d'un esportista, ja estàs anant a buscar allò que t'interessa, per al qual les marques ja tenen molt de guanyat. Tu, com a individu, segueixes a Leo Messi perquè t'agrada com a esportista, i si Messi promociona un producte, té molts més números de què li presti atenció només perquè ho està ensenyant Messi, encara que el producte no t'interessi.

-Creu que els esportistes d'elit han sabut entendre aquest nou mercat, on les marques comercials promocionen els seus productes a les xarxes socials, i ho veuen com una activitat econòmica que poden explotar i treure el màxim rendiment econòmic?

Sí. Pensa que els esportistes també cobren per cada publicació que fan promocionant a una marca a les xarxes socials. Cristiano Ronaldo és l'esportista que més cobra, i

crec que per cada *tweet* publicitari percep uns 250.000 euros. Tot això fa que sigui un mercat molt interessant pels esportistes, però a la vegada els allunya d'altres tipus d'empreses, és a dir, en tindre un *catxé* tan elevat, una empresa mitjana, o fins i tot relativament gran, no es pot permetre contractar a aquest tipus d'esportistes.

Tot s'acaba reduint a una elit, si tu mires els espònsors dels grans esdeveniments esportius, com la Lliga espanyola, l'NBA o un Mundial de futbol, veuràs que són pràcticament els mateixos, ja que són els que tenen el poder adquisitiu. Qui pot pagar un contracte a LeBron James o a Cristiano Ronaldo? Només grans empreses que tenen uns ingressos molt elevats. Realment són empreses que el que volen és mantenir la seva imatge de marca i el seu estatus, no necessiten augmentar els ingressos, ja que ja són tan fortes que no van més enllà. I per mantenir-ho utilitzen el que genera més impacte en la societat: l'esport. Aquí és el futbol, als Estats Units tens l'NBA o la NFL. En aquest punt es comencen a imposar les xarxes socials, encara que és una cosa que ve des de fa temps dels Estats Units. Els que realment han sigut genuïns i els que han començat a utilitzar les xarxes socials d'una forma empresarial, ben utilitzada, han sigut els equips de l'NBA i la NFL, fins al punt d'utilitzar el contingut que creaven els mateixos espectadors per compartir-ho a les seves xarxes, és a dir, ja ni creaven ells mateixos el contingut. Agafaven les fotografies que es feien els fans i les projectaven a les pantalles interiors de l'estadi. S'ha arribat a un punt on no necessitaven crear cap tipus de contingut ells mateixos, on la mateixa gent que et segueix és la que t'està nodrint.

-Per què les marques comercials demanen als esportistes que promocionen els seus productes a les xarxes socials?

Perquè tenen una sèrie de qualitats que els fan ideals. Són persones referents en el món de l'esport i que a la vegada promouen uns valors molt saludables, en gran majoria. Treien algun escàndol, com per exemple quan es van destapar les infidelitats de Tiger Woods, el dopatge d'Armstrong o els continus accidents de cotxe de Karim Benzema, la majoria d'esportistes representen uns valors molt respectats, que el mateix esport els hi ha atorgat, per a la majoria de la societat.

És molt important destacar que l'esport ha sigut una part fonamental de la societat des de l'època de Grècia. A l'època de Grècia els esportistes eren llorejats, idolatrats, és a dir, és una cosa que ve de lluny. Tu agafes qualsevol diari i veus com hi ha una secció d'esport, i més aquí al nostre país, on el futbol és l'esport rei. A Espanya són més predominants els esportistes que els artistes musicals, actors o *influencers*, ja que és una cosa insipient, amb molt poca trajectòria històrica. Als Estats Units pot ser que els cantants sí que tinguin tanta o més rellevància que els esportistes, però és perquè

tenen una indústria de màrqueting enorme, impossible de comparar amb la del nostre país. En canvi el sector esportiu sí que el té perquè tenim grans equips. Hi ha un filòsof alemany que va dir que l'esport és la nova religió, i aquest paradigma ha arribat fins a l'actualitat. Avui en dia la gent accedeix més a un estadi que a missa.

-Per a una marca comercial fins a quin punt és més favorable que un esportista promoció els seus productes a les xarxes socials que en qualsevol altre mitjà? Com podrien ser la premsa, la televisió, una tanca publicitària, etc.

La segmentació de dades et permet identificar i esbrinar quin és el teu públic. Actualment tot està una mica més restringit, però molts estudis indiquen el tipus de perfil que utilitza cada xarxa social. Pel que fa a Facebook està tot molt més diversificat, però a Twitter hi ha un perfil clar majoritari de gent entre 25 i 34 anys. Llavors les marques ja saben quin perfil tenen els possibles consumidors, hi ha altres estudis que t'indiquen el nivell econòmic i el poder adquisitiu dels usuaris, per tant ja saben a qui s'estan dirigint. En canvi a la televisió, també es pot saber, però és tot molt més genèric, i últimament les persones joves estan deixant de consumir aquest tipus de mitjans, i la gent jove són els consumidors del futur.

-És possible que un anunci en un post d'una xarxa social d'un esportista d'elit tingui més difusió i arribi a més gent que un anunci publicat a qualsevol altre mitjà?

Per exemple, pensa en les noves botes de futbol de Cristiano Ronaldo, no té sentit que apareguin en un anunci a la televisió, és millor que el mateix futbolista té les anuncii a les seves xarxes socials, on segurament molts dels seus seguidors juguen a futbol, tens molts més números de què les comprin només pel fet que són les botes que ensenya Cristiano Ronaldo. A més, a les xarxes socials estàs bombardejat contínuament d'anuncis i promocions de coses que t'interessen, mentre que a la televisió tot és molt més aleatori, és a dir, pots veure un anunci d'unes botes de futbol que t'encanten, però després ve un anunci de detergent de roba que no t'interessa res.

-Hi ha xarxes socials que a l'hora de promocionar un producte o marca són millors que d'altres?

Hi ha algunes xarxes socials que ja es van pensar amb l'objectiu d'integrar publicitat. Facebook, des de fa un temps et mostra anuncis, en canvi a Twitter tot és més nou, i sembla que costa més incorporar un anunci pel tipus de format que té la xarxa. A totes es pot promocionar i fer publicitat d'un producte, però cada xarxa té el seu

funcionament tècnic, el que pot resultar més complexa introduir un tipus de contingut que no estava pensat.

La segmentació de dades et permet conèixer i identificar quina xarxa o plataforma et serà més útil respecte a una altra. Si el que vols és dirigir-te a un segment de gent més gran utilitzaràs Facebook, que està molt més diversificat que Twitter, per exemple. No hi ha una xarxa millor que una altra, però sí que hi ha algunes que tenen un perfil clar orientat al consum. Si vols anar per un públic jove saps que has d'anar a Instagram o Youtube. Tot depèn del públic al qual realment et vulguis dirigir.

-Valora positivament l'aparició de les xarxes socials en el món del màrqueting, la publicitat i la comunicació?

Sí, l'aparició de les xarxes socials ha permès acostar a l'esportista mediàtic, al famós, amb la seva audiència d'una forma real. Abans el contacte era d'una forma indirecta, i ara tranquil·lament pots escriure-li un comentari o un missatge privat i que et respongui. Les xarxes socials han creat aquesta sensació de proximitat entre els dos bàndols. Un altre aspecte positiu és que ha trencat totes les barreres geogràfiques i temporals, és a dir, si t'agrada la NFL, pots estar en contacte amb els equips que participen i conèixer a altres seguidors com jo, cosa que abans era impensable. Un aspecte negatiu seria que intenten bombardejar-te amb publicitat per tot, et volen vendre de tot constantment. Però és el preu que paguem els usuaris per gaudir d'una xarxa social gratuïta. En general és un fet positiu que pot aportar moltes coses bones.

7.1.5. Carlos Dematthey “Strongman Tarrako”

-Es considera un esportista diferent als altres? Pot ser que aquesta sigui una de les característiques que fan que sigui una persona mediàtica a les xarxes socials?

Crec que sóc diferent perquè utilitzo les xarxes socials d'una manera diferent, i per això tinc una repercussió mediàtica més alta. En el cas dels esports de força, que són minoritaris, i que no tenen un gran seguiment per part dels mitjans de comunicació, les xarxes socials han ajudat a cobrir aquest buit, i crec que en aquest aspecte sóc diferent dels demés esportistes.

En les xarxes socials hi ha el vessant de l'esportista i el vessant del motivador o comunicador. És important tenir èxit com a esportista, perquè si tens èxit com a esportista segurament sempre aquest fet recolzarà amb força les teves teories. Si tu guanyes al teu esport, quan dones una teoria té més validesa. En aquest aspecte el meu èxit a les xarxes socials ve donat per la meva trajectòria com a esportista, però també per la part motivadora i transmissora d'uns valors que defensem. Nosaltres des del club d'Strongman Tarrako defensem una bella escola a l'hora de fer les coses, que considero que necessitava una representació en un moment on tot el comercial i tot el modern ha guanyat molt terreny. Aquesta forma de fer les coses i de tenir un gimnàs diferent ha sigut part de l'èxit de què la gent ens escoltés.

-Amb quin objectiu utilitza les xarxes socials?

Bàsicament per comunicar-me amb els meus seguidors. Utilitzo sobretot el canal de Youtube i el compte d'Instagram. El canal de Youtube és merament informatiu, fem vídeos en els quals intento donar informació sobre nutrició i sobretot el que envolta el nostre esport en general, mentre que a Instagram, que té una part més personal, també dono informació, on cada matí faig un vídeo d'un minut donant algun consell, però també anuncies als teus seguidors quan fas un viatge, ells et pregunten com ha anat la competició, en general, interactues amb ells. Crec que amb les dues xarxes dono una part informativa i una altra on intento mostrar-me i que em coneguin una mica més.

-Com considera que ha canviat la relació amb els seus seguidors gràcies a l'aparició de les xarxes socials?

La relació és molt propera amb els meus seguidors, en part, gràcies a les xarxes socials. Arriba un moment en el qual ets sentit que et coneixen i saben de la teva vida. Conforme va passant el temps es crea una relació més íntima. Al principi l'interès dels

seguidors era només informatiu, per saber que menjo i com entreno per assolir aquell objectiu, mentre que ara va tot molt més enllà. Un dels vídeos més vistos al canal de Youtube és en el que mostro com és un dia sencer en la meua vida. Tot a passat a ser un interès més personal sobre el personatge que hi ha darrere de Strongman Tarrako.

-Creu que els esportistes d'elit han sabut entendre aquest nou mercat, on les marques comercials promocionen els seus productes a les xarxes socials, i ho veuen com una activitat econòmica que poden explotar i treure el màxim rendiment econòmic?

Crec que sí, ja que pràcticament tots els esportistes d'elit estan presents a les xarxes socials i promocionen els seus productes. Neymar, Cristiano Ronaldo, Messi, Paul Gasol o Mireia Belmonte, tots tenen xarxes socials, tenen molts seguidors i tots les utilitzen per promocionar a les marques. Crec que el potencial de les xarxes socials, sobretot Instagram, és enorme, ja que tots pengen fotografies, pengen els seus entrenaments i tenen una gran difusió. Actualment, entre posar un anunci als mitjans de comunicació i compartir una fotografia a Instagram les visualitzacions a les xarxes socials són majors. Un esportista que té 100.000.000 de seguidors, penja una fotografia i arriba als 60.000.000 de *likes* té un impacte brutal, mentre que amb la televisió o la ràdio és impossible que arribis a aquestes dades de difusió. Això els assessors de les marques ho saben i per això les xarxes socials han originat un nou mercat publicitari.

-Que opina sobre que els esportistes utilitzin les xarxes socials per promocionar els productes de les marques que representes?

Considero que està bé, tot i que sempre he estat molt crític amb la gent que promou coses que poden portar a l'engany. És a dir, quan un esportista d'elit promou certs productes perquè només li paguen, sobretot nutricionals, personalment he preferit crear la meua pròpia marca i ser independent en aquest aspecte. Però trobo perfectament que un esportista anunciï un rellotge, una maqueta d'afaitar o qualsevol altra promoció. És molt lícit per part de l'esportista que vulgui aprofitar el seu ressò mediàtic per treure un benefici econòmic, i també de la marca que sap que apostant per aquest tipus d'esportistes podran promocionar els seus productes. Tant de bo s'apostés més pels esportistes. Rarament et trobes altres personalitats mediàtiques, com actors o cantants, que tinguin una visibilitat a les xarxes socials tant gran com jugadors de futbol o de basquet. Actualment els esportistes d'elit, com Pau Gasol o Leo Messi, són personalitats molt influents en el

món i considero que és positiu que les marques els vulguin contractar per promocionar els seus productes.

-Han intentat contractar-lo per promocionar alguna marca o producte?

Sí. El que passa que la majoria de marques que se t'acosten, en el cas dels esports de força, són de suplementació i nutrició esportiva, i jo des del principi volia mantenir una independència total. No ens hem d'enganyar, si alguna marca et dona diners per promocionar els seus productes hauràs de dir que allò és el millor que hi ha. D'aquesta manera tu com a esportista perds certa independència i credibilitat, sobretot quan representes a més d'una marca i cadascuna d'elles és la millor. Jo no volia caure amb això i per això vaig fer la meva pròpia marca. Ara mateix l'únic patrocini que tinc és d'una marca alemanya de roba, que és de talla gran i que m'agrada molt. És molt diferent promocionar la roba, publicant una simple fotografia, que promocionar suplementes esportius on has d'estar repetint constantment que aquesta proteïna és la millor, que aquesta creatina és la millor, ... Jo vaig preferir crear la meva pròpia marca, ara traurem la nostra web on només vendrem la nostra marca Strongman Tarrako, el que ens dona la independència de poder parlar del que vulguem sense estar coaccionats per ningú. Si a tu et paga una marca, no pots dir que una altra marca és la millor. Nosaltres podem fer el que vulguem sense rendir comptes a ningú.

-Com es posen en contacte les marques comercials amb l'esportista per demanar que promocionin els seus productes? Quin procediment segueixen per contractar als esportistes?

Precisament de vegades et parlen per Instagram, es presenten i et diuen que són el gerent de tal marca, i si t'interessa ja li dones el telèfon i parlem directament. Alguns directament et truquen i no saps ben bé com han obtingut el teu número, però tant se val, al veure que tens molt seguidors tots volen obtindre un rendiment i treure'n profit. Després hi ha una negociació on cada part exposa el que vol rebre i el que pot oferir, i acordar quina presència ha de tenir la marca comercial a les teves xarxes socials. Això és una cosa que a mi em preocupa molt, perquè si de cada tres fotografies que penges, dues han de ser de la marca que representes, és molt probable que els teus seguidors baixin, i conec molts casos en els quals ha succeït exactament això. T'acaben veient com a un home anunci, i a la que portes quinze dies repetint que aquella proteïna és la millor, potser algun seguidor pensa que estic intentant vendre alguna cosa sigui com sigui. En el meu cas, considero que he triomfat bastant i m'he sabut mantenir allà a dalt molt de temps per evitar caure en aquestes coses.

A mi m'han ofert promocionar a diverses marques de roba, una de rellotges i una cadena de menjar cuinat que t'envia els aliments a casa, entre d'altres. Però és que sincerament, gairebé no anuncio ni la meua pròpia marca.

-Perquè sempre ha rebutjat representar a una marca comercial?

No és que rebutgi representar a una marca comercial, com comentava promociono a una marca de roba alemanya i he tingut diversos contactes amb diferents marques. El que passa és que he sigut molt estricte amb el tema de la nutrició esportiva. He preferit fer la meua marca perquè volia mantenir la meua independència i que ningú em coaccions a l'hora de controlar el contingut de les meues xarxes socials. No va amb mi això de ser un home anunci. Tot el que promociono a la meua pàgina web és de la marca Strongman Tarrako, que va des de suplementació esportiva, samarretes, marxandatge, etc.

-En quin punt i perquè va decidir crear la seva pròpia marca de suplementació esportiva?

Sempre és més fàcil acceptar una oferta on et donen uns diners fixos cada mes que endinsar-se en la creació d'una marca, on has de fer un etiquetatge, posar-te en contacte amb una empresa que se n'encarregui, una altra que ho fabriqui, que s'ocupi del transport, etc. Sempre és un procés més complicat, però personalment pensava que a la llarga seria més beneficiós. I crec que ara que hem obert una web que distribuirà a qualsevol punt del món això augmentarà. Jo veia que obtenia ofertes, però em demanaven que publiqués sis fotografies mensuals, que sempre que sortia un producte nou els hi fes una crítica positiva mostrant-lo als meus seguidors, i no m'agradava que el meu Instagram fos més de la marca que em patrocinava que meu. A més, els contractes no són de llarga durada ni de milions de dòlars, perquè en aquest cas segurament acceptaries, però són contractes petits de revisió anual, on per aconseguir molts diners has de representar a moltes marques, i al llarg del temps la teua credibilitat estarà en entredit, ja que sempre has anat dient que aquella marca és la millor del món.

-Hi ha alguna diferència entre el personatge de Strongman Tarrako i Carlos Dematthey?

Crec que una de les claus del meu èxit és que no hi ha cap diferència. La gent que em coneix en persona em diu que sóc exactament igual que al canal de Youtube. Hi ha gent que per cridar l'atenció a les xarxes socials es crea un personatge. Jo no. Els que em coneixen saben que és veritat

-Considera que l'aparició de les xarxes socials són positives en el món de l'esport? Quins beneficis li han aportat personalment?

Són molt beneficioses per la quantitat d'informació que emeten. Un dels problemes que em trobava quan jo tenia 18 anys i començava en aquest món del culturisme i dels esports de força és que no hi havia gens d'informació. Et trobaves dos llibres i un parell de revistes de musculació, però la informació no la podies treure de cap lloc. Ara el gran avantatge és que tecleges "Com fer un *press* de banca?" i et surten quinze tutorials de com fer-ho pas per pas correctament. En aquella època si ho feies malament doncs et lesionaves i et feies mal. Llavors crec que això és molt beneficiós a les xarxes socials, i a Internet en general, mentre que a nivell personal considero que el que millor m'han aportat és la visibilitat. Ser mediàtic en aquest aspecte t'obre moltes portes: et permet que el teu club sigui conegut, que et vingui a veure gent i tenir aquest reconeixement social, que en el nostre àmbit dels esports de força, la veritat que és d'agrair.

-Creu que si no fos per la seva activitat a les xarxes socials, no seria un personatge públic amb certa notorietat?

Si no fos per les xarxes socials crec que no ho seria. Ara és més fàcil tot, com sóc una mica conegut s'interessen les televisions, les ràdios, etc. Veuen que tinc molts seguidors i et prenen més en compte. La gran base de tot va ser el canal de Youtube, però les xarxes socials han sigut la clau i el detonant d'aquest èxit. I això ha passat amb tothom, esportistes d'halterofília o *crossfit*, com Lydia Valentín, s'han fet conegudes a partir de les xarxes socials. Eren conegudes perquè anaven als Jocs Olímpics i guanyaven alguna medalla, però crec que pels esportistes d'esports minoritaris les xarxes socials han estat clau, i per a mi també. Segurament a mi no em vindria a veure ningú aquí al club, o la gent de fora, de Sud Amèrica i altres països no em coneixerien si no fos per les xarxes socials. Sense això segur que seríem molt menys coneguts.

7.2. Recopilació dels posts i continguts dels esportistes a les xarxes socials

7.2.1. Leo Messi

Data	Temàtica del post	Xarxa social
01/01/2018	Fotografia amb la seva família, celebrant l'arribada del 2018	Facebook, Instagram
03/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Facebook, Instagram
05/01/2018	Galeria de fotografies amb els seguidors del Barça	Facebook
07/01/2018	Fotografia del partit contra el Llevant	Facebook, Instagram
09/01/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra el Llevant	Facebook
12/01/2018	Fotografia després de guanyar al Celta	Facebook
12/01/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra el Celta	Facebook
13/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Facebook
14/01/2018	Fotografia de Manu Ginobili	Facebook
14/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra la Reial Societat	Facebook
17/01/2018	Fotografia amb Ronaldinho	Facebook, Instagram
20/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Facebook
21/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Sevilla	Facebook
23/01/2018	Fotografia del guanyador del concurs de la samarreta de Messi	Facebook
24/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Betis	Facebook
24/01/2018	Fotografia amb Arda Turan i Javier Mascherano	Facebook, Instagram
26/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Espanyol	Facebook
26/01/2018	Fotografia de les noves botes Adidas NEMEZIZ	Facebook, Instagram
28/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Alavés	Facebook
29/01/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Alavés	Facebook
31/01/2018	Fotografia on promociona la seva pàgina web	Facebook
31/01/2018	Fotografia conduint	Facebook, Instagram
02/02/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra el València	Facebook
03/02/2018	Espot publicitari de les botes Adidas NEMEZIZ	Facebook
05/02/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Espanyol	Facebook
06/02/2018	Fotografia on promociona a Pepsi	Facebook
07/02/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Facebook
09/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra el València	Facebook
09/02/2018	Fotografia amb els seus fills	Facebook, Instagram
12/02/2018	Fotografia amb el premi que l'Agrupació Barça Jugadors li ha entregat	Facebook
13/02/2018	Text on explica que inicia una campanya solidària contra el càncer	Facebook
14/02/2018	Fotografia amb el seu gos Hulk	Facebook
15/02/2018	Text on celebra el Dia Internacional del Càncer Infantil	Facebook, Instagram
16/02/2018	Espot publicitari de Lay's	Facebook
17/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Eibar	Facebook
18/02/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Eibar	Facebook
18/02/2018	Fotografia amb els seus companys del Barça	Instagram
18/02/2018	Espot publicitari del Barça felicitant l'any nou xinès	Facebook

19/02/2018	Fotografia baixant de l'avió del Barça	Facebook, Instagram
21/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Chelsea	Facebook
22/02/2018	Espot publicitari de Tour n Cure	Facebook
23/02/2018	Espot publicitari d'Unicef	Facebook
26/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Girona	Facebook
27/02/2018	Fotografia amb "Quini"	Facebook, Instagram
28/02/2018	Fotografia amb Von Miller i Luis Suárez en un acte publicitari d'Adidas	Facebook, Instagram
02/03/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra Las Palmas	Facebook
02/03/2018	Espot publicitari de l'Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona	Facebook
03/03/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Facebook, Instagram
04/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Atlètic de Madrid	Facebook
05/03/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Atlètic de Madrid	Facebook
06/03/2018	Espot publicitari de Pepsi	Facebook
07/03/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Instagram
08/03/2018	Fotografia promocionant SIRIN LABS	Facebook
09/03/2018	Espot publicitari de l'Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona	Facebook
10/03/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Instagram
11/03/2018	Fotografia del seu tercer fill recent nascut, Ciro	Facebook, Instagram
11/03/2018	Fotografia amb el seu fill Thiago	Facebook, Instagram
15/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Chelsea	Facebook
15/03/2018	Fotografia d'una pancarta que uns aficionats li van dedicar	Facebook, Instagram
16/03/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra el Chelsea	Facebook
18/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Athletic de Bilbao	Facebook
19/03/2018	Galeria de fotografies del partit del Barça contra l'Athletic de Bilbao	Facebook
20/03/2018	Text on comunica que el concurs #MessiArt ha finalitzat	Facebook
21/03/2018	Fotografia amb la samarreta d'Adidas que vestirà la selecció Argentina pel Mundial	Facebook
21/03/2018	Espot publicitari de les botes Adidas NEMEZIZ	Instagram
22/03/2018	Galeria de fotografies entrenant-se amb la Selecció d'Argentina	Instagram
25/03/2018	Fotografia entrenant-se amb la Selecció d'Argentina	Facebook

7.2.2. Cristiano Ronaldo

Data	Temàtica del post	Xarxa social
01/01/2018	Fotografia amb la seva família, celebrant l'aniversari de la seva mare	Facebook, Instagram
01/01/2018	Fotografia amb la seva parella	Facebook, Instagram
01/01/2018	Vídeo dels focs artificials de Madeira a l'arribar l'any 2018	Facebook, Instagram
02/01/2018	Fotografia amb tots els premis individuals que ha aconseguit	Facebook, Instagram, Twitter
03/01/2018	Fotografia promocionant a Herbalife	Facebook, Instagram, Twitter
04/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Instagram
05/01/2018	Fotografia promocionant l'hotel Pestana CR7 de Lisboa	Facebook, Instagram, Twitter
08/01/2018	Fotografia entrenant-se al gimnàs	Instagram
10/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
11/01/2018	Fotografia promocionant a Nike	Facebook, Instagram, Twitter
15/01/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter
19/01/2018	Fotografia amb la seva carta al joc EA SPORTS FIFA	Facebook, Instagram, Twitter
19/01/2018	Fotografia amb la seva parella	Facebook, Instagram, Twitter
20/01/2018	Fotografia promocionant a Herbalife	Facebook, Instagram, Twitter
21/01/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
25/01/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
27/01/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
29/01/2018	Fotografia amb el premi al millor jugador del 2017	Facebook, Instagram, Twitter
30/01/2018	Espot publicitari de RMTV	Facebook, Instagram, Twitter
30/01/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter
31/01/2018	Fotografia amb la seva parella i els seus fills a la piscina	Facebook, Instagram, Twitter
31/01/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter
01/02/2018	Vídeo on es prepara per gravar un anunci	Twitter
02/02/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
05/02/2018	Espot publicitari d'Optimun	Facebook, Instagram, Twitter
05/02/2018	Fotografia amb un pastis d'aniversari	Facebook, Instagram, Twitter
05/02/2018	Fotografia entrenant-se al gimnàs	Facebook, Instagram, Twitter
05/02/2018	Fotografia promocionant a Nike	Facebook, Instagram, Twitter
06/02/2018	Vídeo promocionant les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram, Twitter
07/02/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter
07/02/2018	Vídeo promocionant les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram
11/02/2018	Fotografia on felicita als jugadors de la selecció portuguesa de futbol sala	Facebook, Instagram
11/02/2018	Fotografia amb un amic	Facebook, Instagram, Twitter
13/02/2018	Vídeo on juga a la pilota amb el seu fill	Facebook, Instagram, Twitter
14/02/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
15/02/2018	Fotografia promocionant a Save the Children US	Facebook, Instagram, Twitter
18/02/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Instagram
19/02/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
20/02/2018	Fotografia amb la seva parella	Facebook, Instagram, Twitter
22/02/2018	Espot publicitari de les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram, Twitter
22/02/2018	Fotografia promocionant a Egyptian Steel	Facebook, Instagram, Twitter
24/02/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
25/02/2018	Fotografia del partit del Reial Madrid contra el Deportivo de la Corunya	Facebook, Instagram, Twitter

25/02/2018	Fotografia promocionant l'hotel Pestana CR7 de Lisboa	Facebook, Instagram, Twitter
01/03/2018	Fotografia del seu fill	Facebook, Instagram, Twitter
01/03/2018	Fotografia promocionant les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram, Twitter
03/03/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
04/03/2018	Fotografia del partit del Reial Madrid contra el Getafe	Facebook, Instagram, Twitter
05/03/2018	Fotografia amb Marcelo i Casemiro	Facebook, Instagram, Twitter
07/03/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
08/03/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter
09/03/2018	Galeria de fotografies de l'acte de presentació de les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram, Twitter
09/03/2018	Espot publicitari d'American Tourister	Instagram
10/03/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
11/03/2018	Fotografia promocionant a Herbalife	Facebook, Instagram, Twitter
12/03/2018	Fotografia promocionant a Clear	Facebook, Instagram, Twitter
12/03/2018	Fotografia amb la seva parella al jacuzzi	Instagram
13/03/2018	Espot publicitari de Save the Children US	Facebook, Instagram, Twitter
14/03/2018	Fotografia entrenant-se amb el Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
15/03/2018	Fotografia promocionant l'hotel Pestana CR7 de Lisboa	Facebook, Instagram, Twitter
16/03/2018	Espot publicitari de MEO	Facebook, Instagram
17/03/2018	Espot publicitari de les botes Nike Mercurial	Facebook, Instagram, Twitter
17/03/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
19/03/2018	Fotografia amb els companys dels Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
19/03/2018	Fotografia on celebra un gol amb els aficionats del Reial Madrid	Facebook, Instagram, Twitter
19/03/2018	Fotografia d'un <i>selfie</i>	Instagram
20/03/2018	Fotografia promocionant a Nike	Facebook, Instagram, Twitter
20/03/2018	Fotografia amb la seva parella	Instagram
21/03/2018	Fotografia entrenant-se amb la Selecció de Portugal	Facebook, Instagram, Twitter
22/03/2018	Fotografia amb Ricardo Quaresma	Facebook, Instagram, Twitter
24/03/2018	Fotografia amb els companys de la Selecció de Portugal	Facebook, Instagram, Twitter
24/03/2018	Espot publicitari d'Herbalife	Facebook, Instagram, Twitter
29/03/2018	Fotografia promocionant la seva marca CR7	Facebook, Instagram, Twitter

7.2.3. Thomas Heurtel

Data	Temàtica del post	Xarxa social
01/01/2018	Text on felicita l'arribada de l'any 2018	Twitter
04/01/2018	Fotografia del partit del Barça contra el CSKA de Moscou	Twitter
15/01/2018	Text i fotografia on promociona el Thomas Heurtel Camp	Twitter
11/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'UCAM Murcia	Twitter
15/02/2018	Fotografia entrenant-se amb el Barça	Instagram
16/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Baskonia	Twitter
17/02/2018	Fotografia on celebra l'accés a la final de la Copa del Rei	Instagram
18/02/2018	Fotografia del partit del Barça contra el Reial Madrid	Twitter
18/02/2018	Fotografia de la plantilla amb el trofeu aconseguit a la Copa del Rei	Instagram
21/02/2018	Fotografia amb la seva parella i el premi al Millor Jugador del Torneig	Instagram
15/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra l'Olympiacos	Twitter
18/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra el CAI Saragossa	Twitter
18/03/2018	Fotografia del partit del Barça contra el CAI Saragossa	Instagram
25/03/2018	Fotografia en una sessió de modelatge	Instagram

7.2.4. Marc Márquez

Data	Temàtica del post	Xarxa social
01/01/2018	Fotografia on celebra l'arribada de l'any 2018	Facebook, Instagram, Twitter
03/01/2018	Fotografia promocionant a Oakley i Red Bull	Facebook, Instagram, Twitter
05/01/2018	Fotografia d'un acte promocionant a Repsol	Facebook, Twitter
05/01/2018	Vídeo esquiant a la neu	Facebook, Instagram, Twitter
06/01/2018	Text comentant el partit del Sevilla contra el Betis	Twitter
06/01/2018	Text comentant el partit del Sevilla contra el Betis	Twitter
08/01/2018	Fotografia promocionant a Specialized Bicycles	Facebook, Instagram, Twitter
08/01/2018	Missatge d'ànim a Nani Roma, lesionat al Dakar	Twitter
09/01/2018	Galeria de fotografies amb amics	Facebook, Instagram, Twitter
11/01/2018	Text informatiu sobre la seva participació en una entrevista televisada	Facebook, Instagram, Twitter
14/01/2018	Vídeo d'una cursa de la temporada passada	Instagram
15/01/2018	Fotografia promocionant a Repsol	Facebook, Twitter
16/01/2018	Fotografia promocionant a Allianz Seguros	Facebook, Instagram, Twitter
17/01/2018	Fotografia entrenant-se	Facebook, Instagram, Twitter
18/01/2018	Fotografia amb Jonas Folger	Facebook, Instagram, Twitter
19/01/2018	Fotografia del seu viatge a Kitzbuhell	Facebook, Instagram, Twitter
20/01/2018	Fotografia del seu viatge a Kitzbuhell	Facebook, Instagram, Twitter
20/01/2018	Missatge felicitant a Carlos Sainz i Lucas Cruz pel Dakar aconseguit	Twitter
20/01/2018	Fotografia promocionant a Hugo Boss i Red Bull	Facebook, Instagram, Twitter
22/01/2018	Fotografia i text informatiu sobre l'inici de la pretemporada	Facebook, Instagram, Twitter
24/01/2018	Fotografia amb el premi al Millor Esportista Català de l'any	Facebook, Instagram, Twitter
24/01/2018	Fotografia promocionant a Red Bull	Facebook, Instagram, Twitter
25/01/2018	Vídeo entrenant-se al gimnàs	Facebook, Instagram, Twitter
27/01/2018	Vídeo ensenyant la nova moto Honda que utilitzarà per la competició	Facebook, Instagram, Twitter
27/01/2018	Fotografia promocionant a Shoei Co i Dave Designs	Facebook, Instagram, Twitter
28/01/2018	Text informatiu sobre les proves al circuit de Malàisia	Facebook, Instagram, Twitter
28/01/2018	Text informatiu sobre les proves al circuit de Malàisia	Facebook, Instagram, Twitter
29/01/2018	Text on valora la primera fase de preparació al circuit de Malàisia	Facebook, Instagram, Twitter
30/01/2018	Text on valora la primera fase de preparació al circuit de Malàisia	Facebook, Instagram, Twitter
30/01/2018	Fotografia de les proves realitzades a Malàisia	Facebook, Instagram, Twitter
01/02/2018	Fotografia en la gala dels campions de la Federació de Motociclisme Espanyola	Facebook, Instagram, Twitter
01/02/2018	Fotografia amb la medalla d'or al mèrit esportiu	Facebook, Instagram, Twitter
03/02/2018	Vídeo promocionant el Circuito de Alcarrás Rodadas	Facebook, Instagram, Twitter
03/02/2018	Vídeo promocionant el Circuito de Alcarrás Rodadas	Facebook, Instagram, Twitter
04/02/2018	Fotografia amb text del Dia Mundial contra el Càncer	Twitter
05/02/2018	Missatge d'ànim als finalistes de Operación Triunfo	Twitter
05/02/2018	Vídeo de l'actuació d'Aitana en la final de Operación Triunfo	Twitter
05/02/2018	Fotografia d'Aitana en la final de Operación Triunfo	Twitter
05/02/2018	Fotografia d'Amaia en la final de Operación Triunfo	Twitter
05/02/2018	Missatge felicitant a Amaia, la guanyadora de Operación Triunfo	Twitter
05/02/2018	Espot publicitari de Scania Hispania SA	Facebook, Instagram
06/02/2018	Missatge felicitant a Rafa Nadal i Garbiñe Muguruza per un premi	Twitter
06/02/2018	Fotografia preparant-se abans d'una cursa	Facebook, Instagram, Twitter

07/02/2018	Fotografia promocionant a Pull&Bear	Facebook, Instagram, Twitter
08/02/2018	Fotografia promocionant a Repsol	Facebook, Instagram, Twitter
09/02/2018	Espot publicitari de Scania Hispania SA	Facebook, Instagram
12/02/2018	Fotografia promocionant a Pull&Bear	Facebook, Instagram, Twitter
13/02/2018	Fotografia al avió	Twitter
14/02/2018	Fotografia del seu viatge a Tailàndia	Facebook, Instagram, Twitter
15/02/2018	Fotografia en el circuit de Buriram, a Tailàndia	Facebook, Instagram, Twitter
16/02/2018	Fotografia en el circuit de Buriram	Facebook, Instagram, Twitter
17/02/2018	Text i fotografia on agraeix les felicitacions pel seu aniversari	Facebook, Instagram, Twitter
18/02/2018	Vídeo on valora les proves realitzades al circuit de Buriram	Facebook, Instagram, Twitter
19/02/2018	Vídeo de la cursa realitzada a Tailàndia	Facebook, Instagram, Twitter
19/02/2018	Fotografia del seu viatge a Tailàndia	Facebook, Instagram, Twitter
20/02/2018	Fotografia promocionant a Repsol	Facebook, Instagram, Twitter
20/02/2018	Vídeo on apareixen els seus companys dormits al tren	Instagram, Twitter
20/02/2018	Vídeo de la seva participació en el programa televisiu Ini Talk Show	Facebook, Instagram, Twitter
21/02/2018	Espot publicitari de Tissot	Facebook, Instagram, Twitter
22/02/2018	Espot publicitari de Tissot	Facebook, Instagram, Twitter
22/02/2018	Fotografia promocionant a Tissot	Facebook, Instagram, Twitter
23/02/2018	Galeria de fotografies de la sessió de modelatge de Tissot	Facebook, Twitter
23/02/2018	Vídeo entrenant-se amb el seu germà	Facebook, Instagram, Twitter
24/02/2018	Fotografia promocionant a Specialized Bicycles	Facebook, Instagram, Twitter
24/02/2018	Espot publicitari de Scania Hispania SA	Facebook, Instagram, Twitter
24/02/2018	Missatge d'admiració cap a Leo Messi	Twitter
26/02/2018	Text informatiu sobre la renovació fins l'any 2020 amb l'equip Honda	Facebook, Instagram, Twitter
26/02/2018	Vídeo on valora la seva renovació amb l'equip Honda	Facebook, Instagram, Twitter
28/02/2018	Fotografia del seu poble nevat, Cervera	Facebook, Instagram, Twitter
01/03/2018	Fotografia del circuit de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
02/03/2018	Fotografia del circuit de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
03/03/2018	Text informatiu sobre la finalització de les curses de pretemporada	Facebook, Instagram, Twitter
04/03/2018	Galeria de fotografies al Camp Nou en un partit del Barça	Facebook, Instagram, Twitter
04/03/2018	Vídeo amb Amaia, concursant de Operación Triunfo	Facebook, Instagram, Twitter
04/03/2018	Galeria de fotografies amb els concursants de Operación Triunfo	Facebook, Twitter
05/03/2018	Galeria de fotografies amb els jugadors del Barça	Facebook, Instagram, Twitter
06/03/2018	Vídeo de les proves mèdiques abans de començar la temporada	Facebook, Instagram, Twitter
06/03/2018	Galeria de fotografies de l'acte Relatos Solidarios	Facebook, Instagram, Twitter
08/03/2018	Missatge celebrant el Dia Internacional de la Dona	Twitter
10/03/2018	Fotografia promocionant a Pull&Bear	Facebook, Instagram, Twitter
11/03/2018	Fotografia amb la seva moto Honda	Facebook, Instagram, Twitter
11/03/2018	Missatge dirigit a la família de Gabriel, nen assassinat per la parella del seu pare	Twitter
13/03/2018	Fotografia de la seva maleta preparada per anar a Dubai	Twitter
13/03/2018	Text celebrant el gol del Sevilla	Twitter
14/03/2018	Missatge recordant a Angel Nieto	Twitter
14/03/2018	Espot publicitari de Dave Designs	Facebook, Instagram, Twitter
15/03/2018	Fotografia amb tots els companys de MotoGP	Facebook, Instagram, Twitter
15/03/2018	Fotografia de la roda de premsa prèvia a l'inici de la competició	Facebook, Instagram, Twitter
16/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter

16/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
17/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
17/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
17/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Instagram
17/03/2018	Interacció amb el seu germà Alex Márquez	Twitter
18/03/2018	Fotografia del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
18/03/2018	Vídeo del Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
18/03/2018	Interacció amb un seguidor	Twitter
19/03/2018	Fotografia amb Andrea Dovizioso en el Gran Premi de Qatar	Facebook, Instagram, Twitter
19/03/2018	Fotografia amb el seu pare	Facebook, Instagram, Twitter
20/03/2018	Fotografia promocionant a Specialized Bicycles i Oakley	Facebook, Instagram, Twitter
20/03/2018	Vídeo conduint una quad per la neu	Twitter
22/03/2018	Fotografia amb el mono de competició	Facebook, Instagram, Twitter
22/03/2018	Fotografia en la gravació d'un anunci	Facebook, Instagram, Twitter
25/03/2018	Fotografia en el circuit de Jerez	Facebook, Instagram, Twitter
26/03/2018	Vídeo de les proves del Gran Premi de Jerez	Facebook, Instagram, Twitter
28/03/2018	Fotografia de Cervera	Facebook, Instagram, Twitter
29/03/2018	Fotografia amb el seu germà i Jose Corbacho promocionant a Allianz Seguros	Facebook, Instagram, Twitter
31/03/2018	Fotografia amb amics promocionant a Estrella Galicia	Facebook, Instagram, Twitter

7.2.5. Mireia Belmonte

Data	Temàtica del post	Xarxa social
01/01/2018	Fotografia amb la seva família, celebrant l'arribada del 2018	Instagram
04/01/2018	Fotografia promocionant a Platano de Canarias	Facebook, Instagram, Twitter
06/01/2018	Text on pregunta als seus seguidors quins regals han rebut el dia de Reis	Twitter
06/01/2018	Fotografia visitant a nens malalts a un hospital	Facebook, Instagram, Twitter
24/01/2018	Vídeo promocionant a Viding Fitness	Instagram
29/01/2018	Text motivacional	Twitter
30/01/2018	Espot publicitari de Hyundai	Facebook, Instagram, Twitter
01/02/2018	Fotografia amb la seva parella	Instagram
06/02/2018	Fotografia en la gala dels premis Mundo Deportivo, promocionant a RABAT Jewels	Instagram
11/02/2018	Fotografia promocionant a Hyundai	Instagram
12/02/2018	Fotografia promocionant a Speedo	Instagram, Twitter
26/02/2018	Fotografia promocionant a RABAT Jewels i Pronovias	Instagram
06/03/2018	Fotografia amb els companys del Centre d'Alt Rendiment	Instagram
07/03/2018	Espot publicitari de Hyundai	Facebook
08/03/2018	Fotografia felicitant el Dia de la Dona	Instagram
10/03/2018	Fotografia amb els companys del Centre d'Alt Rendiment	Instagram
21/03/2018	Espot publicitari de Hyundai	Facebook
24/03/2018	Espot publicitari de Hyundai	Instagram
26/03/2018	Fotografia promocionant a Nike AirMax	Instagram
27/03/2018	Fotografia promocionant a Cola Cao	Instagram

7.2.6. Rafael Nadal

Data	Temàtica del post	Xarxa social
03/01/2018	Text informatiu sobre l'Open d'Austràlia	Facebook, Twitter
03/01/2018	Fotografia a l'aeroport, direcció Melbourne	Instagram
05/01/2018	Fotografia de l'Open d'Austràlia	Facebook, Instagram, Twitter
07/01/2018	Fotografia de la pista de l'Open d'Austràlia	Instagram
08/01/2018	Fotografia amb text motivacional	Facebook, Instagram, Twitter
09/01/2018	Fotografia amb amics	Facebook, Instagram, Twitter
10/01/2018	Fotografia promocionant a KIA	Instagram
11/01/2018	Fotografia al zoològic	Instagram
13/01/2018	Vídeo entrenant-se per l'Open d'Austràlia	Facebook
13/01/2018	Fotografia de l'Open d'Austràlia	Twitter
13/01/2018	Fotografia amb els periodistes en el Media Day	Instagram
13/01/2018	Fotografia del seu tiet i ex-entrenador Toni Nadal	Instagram
15/01/2018	Vídeo entrenant-se per l'Open d'Austràlia	Facebook, Instagram
15/01/2018	Espot publicitari de KIA	Instagram
16/01/2018	Fotografia de l'Open d'Austràlia	Facebook
16/01/2018	Espot publicitari de Nike	Facebook, Instagram, Twitter
18/01/2018	Fotografia amb el guardó aconseguit a l'Open d'Austràlia	Facebook
18/01/2018	Fotografia de l'Open d'Austràlia	Instagram
18/01/2018	Text informatiu sobre el partit de l'Open d'Austràlia	Twitter
20/01/2018	Fotografia amb amics	Facebook, Instagram, Twitter
21/01/2018	Vídeo promocional de l'Open d'Austràlia	Facebook
21/01/2018	Fotografia del partit contra Diego Schwartzman	Instagram, Twitter
22/01/2018	Vídeo promocional del Rafa Nadal Academy	Facebook, Twitter
22/01/2018	Fotografia de l'Open d'Austràlia	Instagram
23/01/2018	Fotografia on agraeix el suport dels seguidors a Melbourne	Facebook, Twitter
24/01/2018	Text informatiu sobre l'estat de la seva lesió	Facebook
28/01/2018	Espot publicitari de KIA	Instagram
29/01/2018	Fotografia promocionant a Babolat	Facebook
31/01/2018	Text informatiu sobre la seva participació en un acte del Banc Sabadell	Facebook
02/02/2018	Espot publicitari de KIA	Facebook
03/02/2018	Vídeo promocional del Rafa Nadal Academy	Facebook, Twitter
06/02/2018	Fotografia de la gala dels Premis Mundo Deportivo	Facebook, Instagram
06/02/2018	Text promocionant el partit de Serena i Venus Williams per Ticketmaster	Facebook, Instagram, Twitter
07/02/2018	Vídeo informatiu sobre la seva participació en el Queen's 2018	Facebook, Twitter
08/02/2018	Espot publicitari de Movistar	Facebook, Instagram, Twitter
08/02/2018	Fotografia del Roland Garros	Instagram
09/02/2018	Text on agraeix el suport d'una seguidora	Twitter
10/02/2018	Fotografia promocionant a Babolat	Facebook, Instagram
15/02/2018	Fotografia amb Leonardo DiCaprio en l'acte de Postcode Loterij	Facebook, Instagram, Twitter
20/02/2018	Galeria de fotografies del Rafa Nadal Tour	Facebook, Instagram, Twitter
20/02/2018	Vídeo promocionant el Rafa Nadal Golf Challenge	Instagram
23/02/2018	Fotografia felicitant a Rino Tommasi pel seu aniversari	Instagram
25/02/2018	Espot publicitari de Movistar	Facebook, Instagram, Twitter

28/02/2018	Text informatiu sobre l'estat de la seva lesió	Facebook
02/03/2018	Text informatiu on comunica que no participarà en el Indian Wells	Facebook, Twitter
09/03/2018	Fotografia de la cursa organitzada per la Fundació Rafa Nadal	Instagram
15/03/2018	Vídeo entrenant-se a la piscina	Instagram
17/03/2018	Fotografia amb amics	Instagram
19/03/2018	Fotografia promocionant la botiga online de Rafa Nadal	Facebook, Twitter
21/03/2018	Fotografia amb el doctor de la Clínica del Tennis	Facebook, Instagram, Twitter
22/03/2018	Vídeo entrenant-se a la pista	Facebook, Instagram
23/03/2018	Galeria de fotografies del Rafa Nadal Tour	Facebook, Instagram, Twitter
23/03/2018	Galeria de fotografies del Rafa Nadal Academy	Facebook
23/03/2018	Text on dona les condolences a Santi Cañizares per la mort del seu fill	Twitter
24/03/2018	Vídeo entrenant-se a la pista	Instagram
25/03/2018	Fotografia amb la seva parella	Facebook, Instagram, Twitter
26/03/2018	Fotografia entrenant-se	Facebook, Instagram
26/03/2018	Fotografia amb l'ex-tenista Carles Costa en un restaurant	Instagram
27/03/2018	Vídeo on mostra el paisatge de Mallorca	Instagram

7.3. Recopilació de totes les notícies relacionades amb les publicacions dels esportistes a les xarxes socials que apareixen als mitjans de comunicació

7.3.1. Sport

Data	Notícia	Enllaç
01/01/2018	Els jugadors del Barça feliciten l'any nou	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
01/01/2018	Messi celebra l'arribada del 2018	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
01/01/2018	Cristiano Ronaldo celebra el 2018 i l'aniversari de la seva mare	https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid
01/01/2018	Cristiano Ronaldo posa amb els trofeus aconseguits al 2018	https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid
01/01/2018	Aleix Espargaró anuncia que serà pare de bessons	https://www.sport.es/es/noticias/futbol
01/01/2018	Neymar torna amb la seva ex-parella	https://www.sport.es/es/noticias/futbol
01/01/2018	Nainggolan penja un vídeo bevent alcohol i fumant	https://www.sport.es/es/noticias/calci
02/01/2018	Victor Valdés s'elimina tots els perfils de les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
03/01/2018	Un jugador proposa a Messi ensenyar-li a tirar els penals	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
03/01/2018	Gerard Piqué dona un <i>like</i> que crea la polèmica	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
03/01/2018	David Silva explica el motiu de la seva absència	https://www.sport.es/es/noticias/portugal
03/01/2018	La selecció espanyola de futbol dona suport a David Silva	https://www.sport.es/es/noticias/seleccion-espanola
04/01/2018	Mario Balotelli bromeja per Twitter	https://www.sport.es/es/noticias/ligafutbol
04/01/2018	José Manuel Pinto es despideix de Victor Valdés	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
06/01/2018	José Aurelio Suárez es operat de l'ombro	https://www.sport.es/es/noticias/guineabissau
07/01/2018	Nacho Novo pateix un infart mentre disputa un partit de veterans	https://www.sport.es/es/noticias/futbol
07/01/2018	La foto de Messi i la seva dona prenent mate	https://www.sport.es/es/noticias/futbol
08/01/2018	El tuit d'Alvaro Arbeloa després de la derrota del Reial Madrid	https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid
08/01/2018	Neymar felicita a Coutinho pel seu fitxatge pel Barça	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
08/01/2018	El futbolista més ric del món	https://www.sport.es/es/noticias/portugal
09/01/2018	El missatge de Coutinho als aficionats del Liverpool	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
09/01/2018	Pelé felicita a Coutinho pel seu fitxatge pel Barça	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
09/01/2018	El missatge de Cristiano Ronaldo davant la crisi del Reial Madrid	https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid
09/01/2018	Alex Ibowi es enxampat de festa abans d'un partit	https://www.sport.es/es/noticias/portugal
09/01/2018	Els jugadors del Barça donen la benvinguda a Coutinho	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
10/01/2018	Paul Gascoigne s'estrena a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/portugal
10/01/2018	Antonio Adan fa unes polèmiques declaracions	https://www.sport.es/es/noticias/la-liga
11/01/2018	Asprilla felicita a Yerry Mina pel seu fitxatge pel Barça	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
11/01/2018	Yerry Mina viatja a Barcelona	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
12/01/2018	El missatge de Javier Pastore sobre el seu futur	https://www.sport.es/es/noticias/ligafutbol
13/01/2018	El look de Sergio Ramos	https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid
13/01/2018	La carta d'acomiadament d'Arda Turan als aficionats del Barça	https://www.sport.es/es/noticias/barcelona
14/01/2018	Luis Moya abandona la UCI	https://www.sport.es/es/noticias/radical
14/01/2018	Els esportistes argentins volen portar a Manu Ginobili a l'All Star de l'NBA	https://www.sport.es/es/noticias/nba
15/01/2018	El <i>dribbling</i> de Neymar a un company del PSG	https://www.sport.es/es/noticias/ligafutbol
15/01/2018	La tristesa de Neymar a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/ligafutbol

15/01/2018	Michel es despedeix dels aficionats del Málaga	https://www.sport.es/es/noticias/la
16/01/2018	El pijama de Luis Suárez	https://www.sport.es/es/noticias/fu
16/01/2018	Simone Biles explica a Twitter que va ser assetjada sexualment	https://www.sport.es/es/noticias/d
16/01/2018	Andres Iniesta fa un espot publicitari sobre rugbi	https://www.sport.es/es/noticias/ba
16/01/2018	Yerry Mina i la seva parella	https://www.sport.es/es/noticias/ba
17/01/2018	La família de Cristiano Ronaldo	https://www.sport.es/es/noticias/fu
18/01/2018	Ter Stegen bromeja amb Piqué	https://www.sport.es/es/noticias/ba
18/01/2018	El missatge de Ronaldinho a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/ba
19/01/2018	Rafinha dona pistes del seu futur en les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/ba
20/01/2018	Coutinho juga a videojocs	https://www.sport.es/es/noticias/ba
20/01/2018	Jordi Alba mostra el seu fill	https://www.sport.es/es/noticias/fu
20/01/2018	El nou tatuatge de Nelson Semedo	https://www.sport.es/es/noticias/ba
20/01/2018	L'enigmàtic missatge de Neymar a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/liq
21/01/2018	El nou look de Rakitic	https://www.sport.es/es/noticias/ba
21/01/2018	El curiós missatge d'Alexis Sánchez a Twitter	https://www.sport.es/es/noticias/pr
22/01/2018	Messi envia un missatge als seus seguidors	https://www.sport.es/es/noticias/ba
22/01/2018	Jesse Lingard viatja a Barcelona	https://www.sport.es/es/noticias/ba
22/01/2018	Kylian M'bappe tranquil·litza als seus seguidors	https://www.sport.es/es/noticias/liq
22/01/2018	Alexis Sánchez es posa la samarreta del seu nou equip	https://www.sport.es/es/noticias/pr
22/01/2018	El missatge d'acomiadament de Rafinha	https://www.sport.es/es/noticias/ba
22/01/2018	Alexis Sánchez critica als que informen de la seva vida privada	https://www.sport.es/es/noticias/pr
23/01/2018	Mauro Icardi dona la benvinguda a Rafinha	https://www.sport.es/es/noticias/ba
23/01/2018	Alexis Sánchez s'acomiada de l'Arsenal	https://www.sport.es/es/noticias/pr
23/01/2018	Dani Alves surt al pas de totes les crítiques	https://www.sport.es/es/noticias/liq
24/01/2018	Ter Stegen es despedeix de Mascherano	https://www.sport.es/es/noticias/ba
24/01/2018	Els gossos d'Alexis Sánchez	https://www.sport.es/es/noticias/fu
26/01/2018	Les paraules de Messi després d'eliminar a l'Espanyol	https://www.sport.es/es/noticias/ba
28/01/2018	Marcelo es fa youtuber	https://www.sport.es/es/videos/rea
29/01/2018	Leo Messi felicita a David Beckham per la compra dels Miami de la MLS	https://www.sport.es/es/noticias/ba
30/01/2018	Edinson Cavani està enganxat a Operación Triunfo	https://www.sport.es/es/noticias/fu
31/01/2018	Luis Suárez es fa un tatuatge	https://www.sport.es/es/noticias/ba
31/01/2018	Ona Carbonell desfila a la 080 Fashion Barcelona	https://www.sport.es/es/noticias/fu
31/01/2018	Iker Muniain fa exercicis per recuperar-se de la lesió	https://www.sport.es/es/videos/lali
03/02/2018	Marc Bartra celebra el seu debut amb el Betis	https://www.sport.es/es/noticias/la
04/02/2018	Sergi Roberto demana perdó a Andreas Pereira per lesionar-lo	https://www.sport.es/es/noticias/ba
04/02/2018	Neymar celebra la seva festa d'aniversari	https://www.sport.es/es/noticias/liq
04/02/2018	La festa d'aniversari de Neymar	https://www.sport.es/es/noticias/liq
05/02/2018	Sergio Garcia es disculpa a Samuel Umtiti pels insults racistes	https://www.sport.es/es/noticias/ba
06/02/2018	Nahuel Leiva penja una fotografia amb Leo Messi	https://www.sport.es/es/noticias/ba
06/02/2018	Diego Godin agraeix la preocupació dels fans	https://www.sport.es/es/noticias/la
06/02/2018	Sergi Roberto i Marc Márquez segueixen la final d'Operación Triunfo	https://www.sport.es/es/noticias/fu
06/02/2018	Edinson Cavani s'enganxa a la final d'Operación Triunfo	https://www.sport.es/es/noticias/fu
07/02/2018	Gerard Piqué bromeja amb Edmund Chu	https://www.sport.es/es/noticias/ba
08/02/2018	James Rodríguez respon als seus fans a Twitter	https://www.sport.es/es/noticias/ba
09/02/2018	El missatge de Yerry Mina després de debutar amb el Barça	https://www.sport.es/es/noticias/ba
09/02/2018	Neymar es fa un nou tatuatge	https://www.sport.es/es/noticias/liq

09/02/2018	Gerard Piqué critica a Antena3	https://www.sport.es/es/noticias/ba
09/02/2018	Yerry Mina bromeja amb Dennis Suárez	https://www.sport.es/es/videos/ba
09/02/2018	Neymar gaudeix de la neu de París	https://www.sport.es/es/noticias/fu
09/02/2018	Yerri Mina li canta una cançó a Dennis Suárez	https://www.sport.es/es/noticias/ba
09/02/2018	Ivan Rakitic es deixa pintar la cara per la seva filla	https://www.sport.es/es/noticias/fu
11/02/2018	El nou tatuatge de Neymar	https://www.sport.es/es/noticias/ba
13/02/2018	El Sant Valentí dels jugadors del Barça	https://www.sport.es/es/noticias/ba
13/02/2018	Sergio Ramos anima als aficionats del Reial Madrid davant el partit del PSG	https://www.sport.es/es/noticias/re
13/02/2018	Els jugadors del Udinese ballen una divertida coreografia	https://www.sport.es/es/videos/cal
13/02/2018	Una patinadora olímpica salva a un gos de la mort	https://www.sport.es/es/noticias/ju
13/02/2018	Leo Messi inicia una campanya solidària contra el càncer infantil	https://www.sport.es/es/noticias/ba
13/02/2018	Andrés Iniesta gaudeix de la neu amb la seva família	https://www.sport.es/es/videos/ba
13/02/2018	Paulinho viatja a Venècia pel carnaval	https://www.sport.es/es/noticias/ba
14/02/2018	Cristiano Ronaldo juga amb els seu fill recent nascut	https://www.sport.es/es/noticias/re
14/02/2018	Ivan Rakitic canta amb la seva dona per Sant Valentí	https://www.sport.es/es/videos/ba
14/02/2018	Leo Messi puja una fotografia amb el seu gos a Instagram	https://www.sport.es/es/noticias/ba
14/02/2018	Paco Alcàcer dona la benvinguda a la seva filla recent nascuda	https://www.sport.es/es/noticias/fu
14/02/2018	El significat dels tatuatges de Neymar	https://www.sport.es/es/noticias/fu
14/02/2018	Un futbolista rus es sona el nas amb un bitllet de 5.000 rubles	https://www.sport.es/es/videos/fut
15/02/2018	Oriol Busquets ha estat intervingut amb èxit	https://www.sport.es/es/noticias/ba
15/02/2018	El nou tatuatge de Paulinho	https://www.sport.es/es/noticias/ba
15/02/2018	Cristiano Ronaldo dona suport a l'organització "Save the Children"	https://www.sport.es/es/noticias/fu
15/02/2018	Un jugador de l'Olympique de Marsella celebra la derrota del PSG	https://www.sport.es/es/videos/rea
16/02/2018	Neymar Jr envia un missatge als seus retractors	https://www.sport.es/es/noticias/liq
16/02/2018	Luis Suárez felicita l'any nou xinès	https://www.sport.es/es/noticias/ba
19/02/2018	Alvaro Arbeloa valora la final de Copa del Rei de basquet	https://www.sport.es/es/noticias/ba
19/02/2018	La festa de Neymar amb companys del PSG	https://www.sport.es/es/noticias/liq
19/02/2018	Pierre Oriola es defensa de les acusacions de Luka Doncic	https://www.sport.es/es/noticias/ba
20/02/2018	Iker Casillas es discuteix amb un periodista per Twitter	https://www.sport.es/es/noticias/fu
22/02/2018	Sergio Ramos celebra els 550 partits disputats amb el Reial Madrid	https://www.sport.es/es/noticias/re
23/02/2018	Michy Batshuayi respon als insults racistes amb un missatge a Twitter	https://www.sport.es/es/noticias/eu
26/02/2018	Neymar Jr mostra el seu turmell esquinçat a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/liq
26/02/2018	El divertit ball d'Angel Di Maria i Giovanni Lo Celso	https://www.sport.es/es/noticias/fu
26/02/2018	Nemanja Matic desvela el missatge de José Mourinho	https://www.sport.es/es/noticias/pl
27/02/2018	Usain Bolt desvela amb quin equip debutarà al futbol	https://www.sport.es/es/noticias/fu
27/02/2018	La festa d'aniversari de Floyd Mayweather	https://www.sport.es/es/noticias/fu
27/02/2018	El món del futbol despedeix a Enrique Castro "Quini"	https://www.sport.es/es/noticias/ba
28/02/2018	Diego Armando Maradona es despedeix de Quini	https://www.sport.es/es/noticias/fu
01/03/2018	Filipe Luis dona la benvinguda al seu fill recent nascut	https://www.sport.es/es/noticias/fu
01/03/2018	Cristiano Ronaldo penja una fotografia del seu fill imitant-lo	https://www.sport.es/es/noticias/re
01/03/2018	El missatge de Neymar als fans que es preocupen de la seva lesió	https://www.sport.es/es/noticias/liq
02/03/2018	Bard Hari torna al ring després de sortir de la presó	https://www.sport.es/es/noticias/de
02/03/2018	Stephen Curry trenca un vidre de la seva habitació d'hotel	https://www.sport.es/es/noticias/nl
04/03/2018	Gianluigi Buffon es despedeix de Davide Astori	https://www.sport.es/es/noticias/ca
05/03/2018	André Gomes celebra la victòria davant l'Atlètic de Madrid	https://www.sport.es/es/noticias/ba
05/03/2018	El missatge d'Andrés Iniesta després de lesionar-se	https://www.sport.es/es/noticias/ba

05/03/2018	Ter Stegen es despedeix de Davide Astori	https://www.sport.es/es/noticias/ca
05/03/2018	David Villa homenatja a "Quini" en un partit	https://www.sport.es/es/noticias/fu
05/03/2018	Els jugadors del Reial Madrid viatgen cap a París	https://www.sport.es/es/noticias/re
05/03/2018	André Gomes passeja en bicicleta per Barcelona	https://www.sport.es/es/noticias/ba
06/03/2018	Luis Suárez, Paulinho i Coutinho juguen al "teqball"	https://www.sport.es/es/noticias/ba
06/03/2018	La broma pesada del Yuri Berchiche a Marco Verrati	https://www.sport.es/es/videos/fut
07/03/2018	El missatge de Neymar després de caure eliminat de la Champions	https://www.sport.es/es/noticias/cl
07/03/2018	Neymar rep la visita de Nené després de l'operació	https://www.sport.es/es/noticias/li
07/03/2018	Guti celebra la victòria del Reial Madrid davant del PSG	https://www.sport.es/es/noticias/re
07/03/2018	Riyad Mahrez publica un enigmàtic missatge a Facebook	https://www.sport.es/es/noticias/pr
07/03/2018	L' emotiu missatge d'Andrés Iniesta mentre es recupera de la lesió	https://www.sport.es/es/noticias/ba
08/03/2018	Neymar juga al pòquer amb uns amics	https://www.sport.es/es/noticias/li
08/03/2018	Sergio Ramos sorprèn amb un nou look	https://www.sport.es/es/noticias/re
08/03/2018	Dani Alves critica a la premsa esportiva a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/li
09/03/2018	El nou tatuatge de Philippe Coutinho	https://www.sport.es/es/noticias/ba
09/03/2018	Neymar celebra el Dia Internacional de la Dona	https://www.sport.es/es/noticias/fu
10/03/2018	Leo Messi serà pare per tercera vegada	https://www.sport.es/es/videos/ba
10/03/2018	Leo Messi publica la primera fotografia del seu fill Ciro	https://www.sport.es/es/noticias/ba
10/03/2018	Leo Messi dona suport als seus companys des de casa	https://www.sport.es/es/noticias/ba
10/03/2018	El missatge esperançador d'Andrés Iniesta després de lesionar-se	https://www.sport.es/es/noticias/ba
11/03/2018	El ball colombià de Yerry Mina	https://www.sport.es/es/videos/ba
12/03/2018	Neymar Jr no es perd la festa d'aniversari de la seva germana Rafaella	https://www.sport.es/es/noticias/li
12/03/2018	Héctor Bellerín es riu de Troy Deeney per fallar un penal	https://www.sport.es/es/noticias/pr
12/03/2018	Abel Ruiz dedica un gol a Davide Astori	https://www.sport.es/es/noticias/ba
13/03/2018	Yerry Mina agraeix a DJ Nazz que li composi una cançó	https://www.sport.es/es/noticias/ba
14/03/2018	Diego Costa desprecia a Antonio Conte, entrenador del Chelsea	https://www.sport.es/es/noticias/cl
14/03/2018	Neymar homenatja a Stephen Hawking amb una fotografia	https://www.sport.es/es/noticias/ba
14/03/2018	Neymar aprofita la seva lesió per aprendre a tocar el piano	https://www.sport.es/es/noticias/li
16/03/2018	Sergio Ramos mostra tots els seus tatuatges a les xarxes socials	https://www.sport.es/es/noticias/re
16/03/2018	Luis Suárez celebra els 9 anys de casament amb la seva parella	https://www.sport.es/es/noticias/fu
17/03/2018	Neymar Jr presenta el seu nou look amb trenes	https://www.sport.es/es/noticias/li
17/03/2018	Filipe Luis agraeix la preocupació dels seus fans	https://www.sport.es/es/noticias/la
17/03/2018	Jorge Sampaoli visita a Pep Guardiola a Manchester	https://www.sport.es/es/noticias/fu
19/03/2018	Sergio Ramos torna a sorprendre amb la seva vestimenta	https://www.sport.es/es/noticias/re
19/03/2018	Marc Bartra es grava cantant al cotxe amb la seva parella	https://www.sport.es/es/videos/fue
19/03/2018	Yerry Mina balla amb els seus companys de la selecció de Colòmbia	https://www.sport.es/es/videos/ba
19/03/2018	Cristiano Ronaldo critica als que publiquen notícies falses sobre ell	https://www.sport.es/es/noticias/re
19/03/2018	Neymar Jr abandona el centre hospitalari	https://www.sport.es/es/noticias/li
19/03/2018	Wissam Ben Yedder bromeja amb Paul Pogba la victòria del Sevilla	https://www.sport.es/es/noticias/fu
19/03/2018	Paul Pogba es tenyeix el cabell de color groc i blau	https://www.sport.es/es/noticias/fu
19/03/2018	Bastian Schweinsteiger i Ana Ivanovic ja son pares	https://www.sport.es/es/noticias/fu
19/03/2018	Zlatan Ibrahimovic anuncia que serà la nova cara de la marca Samsung	https://www.sport.es/es/videos/fut
19/03/2018	Karim Benzema respon a Mathieu Valbuena per Instagram	https://www.sport.es/es/noticias/re
19/03/2018	Cristiano Ronaldo celebra el seus quatre gols amb el Reial Madrid	https://www.sport.es/es/noticias/re
20/03/2018	El ball de Neymar Jr a la cama coixa en la festa de la seva germana	https://www.sport.es/es/noticias/li
21/03/2018	Usain Bolt entrena amb el Borussia Dortmund	https://www.sport.es/es/videos/fut

21/03/2018	Pierre Emerick Aubameyang viatge a Espanya per veure a la seva avia	https://www.sport.es/es/noticias/p
21/03/2018	Els jugadors del Betis esperen l'arribada de la Setmana Santa	https://www.sport.es/es/videos/lali
22/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb Samuel Umtiti i Paul Pogba	https://www.sport.es/es/noticias/m
22/03/2018	Yerry Mina visita la Torre Eiffel amb els seus companys de selecció	https://www.sport.es/es/noticias/b
23/03/2018	Neymar Jr mostra el seu peu després de l'operació	https://www.sport.es/es/noticias/li
23/03/2018	Zlatan Ibrahimovic es despedeix de l'afició del Manchester United	https://www.sport.es/es/noticias/p
23/03/2018	Theo Hernández es pinta el cabell de color plata	https://www.sport.es/es/noticias/re
23/03/2018	Pepe, futbolista portuguès, penja un vídeo ballant amb la seva filla	https://www.sport.es/es/noticias/fu
25/03/2018	Sergio Ramos anuncia el naixement del seu tercer fill	https://www.sport.es/es/noticias/re
26/03/2018	Nelson Semedo s'entrena al gimnàs	https://www.sport.es/es/noticias/b
26/03/2018	Sergi Roberto presenta el seu gos Baloo	https://www.sport.es/es/noticias/b
26/03/2018	Marc Roca viatja a París amb la seva parella	https://www.sport.es/es/noticias/fu
26/03/2018	Andrés Guardado nega que s'ha mort	https://www.sport.es/es/noticias/la
27/03/2018	Ivan Rakitic es fotografia amb Dirk Nowitzki	https://www.sport.es/es/noticias/b
27/03/2018	Neymar Jr mostra l'estat del seu turmell	https://www.sport.es/es/noticias/li
27/03/2018	Sergio Ramos imita a Cristiano Ronaldo	https://www.sport.es/es/noticias/fu
29/03/2018	Cristiano Ronaldo passeja amb els seus fills	https://www.sport.es/es/noticias/fu
29/03/2018	La fotografia de Gerard Piqué amb Shakira	https://www.sport.es/es/noticias/fu
30/03/2018	Lucas Castro, jugador del Chievo, dedica una cançó a la selecció argentina	https://www.sport.es/es/videos/mu
30/03/2018	Joaquín Sánchez gaudeix de la processió de Setmana Santa	https://www.sport.es/es/noticias/fu
30/03/2018	Gerard Piqué es fotografia amb Shakira	https://www.sport.es/es/noticias/fu
31/03/2018	La reacció dels jugadors del Barça després del valuós empat contra el Sevilla	https://www.sport.es/es/noticias/b

7.3.2. Mundo Deportivo

Data	Notícia	Enllaç
01/01/2018	Els jugadors del Barça celebren l'arribada de l'any 2018	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/01/01/els-jugadors-del-barca-celebren-l-arribada-de-l-any-2018/
01/01/2018	Messi celebra l'arribada del 2018 amb la seva família	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/01/01/messi-celebra-l-arribada-del-2018-amb-la-seva-familia/
01/01/2018	Aleix Espargaró anuncia que serà pare de bessons	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/01/01/aleix-espargaro-anuncia-que-sera-pare-de-bessons/
01/01/2018	Les vacances de Sergio Ramos i la seva família a Mèxic	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/01/01/les-vacances-de-sergio-ramos-i-la-seva-familia-a-mexic/
01/01/2018	Nainggolan penja un vídeo bevent alcohol i fumant	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/01/01/nainggolan-penja-un-video-bevent-alcohol-i-fumant/
02/01/2018	Cristiano Ronaldo posa amb els trofeus aconseguits al 2018	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/02/02/cristiano-ronaldo-posa-amb-els-trofeus-aconseguits-al-2018/
03/01/2018	Rafa Nadal viatja a Melbourne	http://www.mundodeportivo.com/tenis/2018/03/03/rafa-nadal-viatja-a-melbourne/
03/01/2018	La broma de Samuel Umtiti a Gerard Piqué	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/03/03/la-broma-de-samuel-umtiti-a-gerard-pique/
03/01/2018	James Rodríguez segueix a una actriu de cinema per adults	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/03/03/james-rodriguez-segueix-a-una-actriu-de-cinema-per-adults/
03/01/2018	Carlos Sainz s'exercita al gimnàs pensant en el Dakar	http://www.mundodeportivo.com/motociclisme/2018/03/03/carlos-sainz-s-exercita-al-gimnas-pensant-en-el-dakar/
04/01/2018	La foto en banyador de Genie Bouchard	http://www.mundodeportivo.com/tenis/2018/04/04/la-foto-en-banyador-de-genie-bouchard/
04/01/2018	Gerard Piqué s'alegra de la tornada de Dembelé	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/04/04/gerard-pique-s-alegra-de-la-tornada-de-dembelé/
04/01/2018	El Barça homenatja a Víctor Valdés per la seva retirada	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/04/04/el-barca-homenatja-a-victor-valdes-per-la-seva-retirada/
05/01/2018	Les semblances entre Cristiano Ronaldo i el seu fill	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/05/05/les-semblances-entre-cristiano-ronaldo-i-el-seu-fill/
06/01/2018	Neymar gaudeix a la platja amb la seva família	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/06/06/neymar-gaudeix-a-la-platja-amb-la-seva-familia/
06/01/2018	La història d'amor de Philippe Coutinho i la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/06/06/la-historia-d-amor-de-philippe-coutinho-i-la-seva-parella/
07/01/2018	Blaise Matuidi denuncia el racisme que pateix quan juga	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/07/07/blaise-matuidi-denuncia-el-racisme-que-pateix-quan-juga/
07/01/2018	Cristiano Ronaldo i la seva parella visiten la casa on va néixer a Portugal	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/07/07/cristiano-ronaldo-i-la-seva-parella-visiten-la-casa-on-va-neixer-a-portugal/
08/01/2018	La foto de Messi i la seva dona prenent mate	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/08/08/la-foto-de-messi-i-la-seva-dona-prenent-mate/
08/01/2018	La foto de Ter Stegen i Jordi Alba amb el fill de José Arnaiz	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/08/08/la-foto-de-ter-stegen-i-jordi-alba-amb-el-fill-de-jose-arnaiz/
08/01/2018	El futbolista més ric del món	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/08/08/el-futbolista-mes-ric-del-mon/
09/01/2018	Neymar felicita a Coutinho pel seu fitxatge pel Barça	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/09/09/neymar-felicita-a-coutinho-pel-seu-fitxatge-pel-barca/
09/01/2018	El missatge de Coutinho als aficionats del Liverpool	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/09/09/el-missatge-de-coutinho-als-aficionats-del-liverpool/
10/01/2018	Antonio Adan fa unes polèmiques declaracions	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/10/10/antonio-adan-fa-unes-polèmiques-declaracions/
10/01/2018	Leo Messi mostra les seves botes noves	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/10/10/leo-messi-mostra-les-seves-botes-noves/
10/01/2018	El curiós vídeo de Mario Balotelli	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/10/10/el-curios-video-de-mario-balotelli/
11/01/2018	Yerry Mina viatja a Barcelona	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/11/11/yerry-mina-viatja-a-barcelona/
13/01/2018	Vinicius, nou jugador del Reial Madrid, es fotografia amb Ronaldinho	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/13/13/vinicius-nou-jugador-del-reial-madrid-es-fotografia-amb-ronaldinho/
13/01/2018	El perruquer de Neymar	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/13/13/el-perruquer-de-neymar/
14/01/2018	Diversos jugadors feliciten a Víctor Valdés	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/14/14/diversos-jugadors-feliciten-a-victor-valdes/
15/01/2018	Simone Biles explica a Twitter que va ser assetjada sexualment	http://www.mundodeportivo.com/motociclisme/2018/15/15/simone-biles-explica-a-twitter-que-va-ser-assetjada-sexualment/
15/01/2018	Saul Ñíguez gaudeix de la neu	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/15/15/saul-niguez-gaudeix-de-la-neu/
15/01/2018	El ball de Garbiñe Muguruza	http://www.mundodeportivo.com/tenis/2018/15/15/el-ball-de-garbiñe-muguruza/
17/01/2018	Els fills d'Enrique Iglesias i Anna Kournikova	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/17/17/els-fills-d-enrique-iglesias-i-anna-kournikova/
18/01/2018	El missatge de Rafinha després de la seva lesió	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/18/18/el-missatge-de-rafinha-despres-de-la-seva-lesio/
18/01/2018	Marcelo es camufla per la Gran Via	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/18/18/marcelo-es-camufla-per-la-gran-via/
18/01/2018	La fotografia de Gerard Piqué i Shakira	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/18/18/la-fotografia-de-gerard-pique-i-shakira/
18/01/2018	Ter Stegen bromeja amb Piqué	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/18/18/ter-stegen-bromeja-amb-pique/
19/01/2018	Juan Cuadrado visita a Yerry Mina	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/19/19/juan-cuadrado-visita-a-yerry-mina/
19/01/2018	El nou look de Neymar	http://www.mundodeportivo.com/eleccions/2018/19/19/el-nou-look-de-neymar/
20/01/2018	Adebayo Akinfewa bromeja sobre el seu futur	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/20/20/adebayo-akinfewa-bromeja-sobre-el-seu-futur/
20/01/2018	El nou look de Rakitic i Coutinho	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/20/20/el-nou-look-de-rakitic-i-coutinho/
20/01/2018	El nou tatuatge de Nelson Semedo	http://www.mundodeportivo.com/futbol/2018/20/20/el-nou-tatuatge-de-nelson-semedo/

21/01/2018	Coutinho i la seva família van a la platja	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/01/2018	Kylian M'bappe tranquil·litza als seus seguidors	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/01/2018	Toni Duggan elogia a Leo Messi	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/01/2018	El nou tatuatge de Zlatan Ibrahimovic	http://www.mundodeportivo.com/va
22/01/2018	Alexis Sánchez demana respecte per la seva vida privada	http://www.mundodeportivo.com/fu
23/01/2018	El missatge d'acomiadament de Rafinha	http://www.mundodeportivo.com/fu
23/01/2018	La festa d'aniversari del fill de Gerard Pique i Shakira	http://www.mundodeportivo.com/fu
24/01/2018	Messi es despedeix dels seus companys traspassats	http://www.mundodeportivo.com/fu
24/01/2018	L'estranya proposició d'un jugador a Pep Guardiola	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/01/2018	Les paraules de Messi després d'eliminar a l'Espanyol	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/01/2018	Luis Suárez felicita a Coutinho pel seu debut amb el Barça	http://www.mundodeportivo.com/fu
27/01/2018	Serena Williams felicita a Caroline Wozniacki	http://www.mundodeportivo.com/te
27/01/2018	Neymar dona un <i>like</i> a Karim Benzema a Instagram	http://www.mundodeportivo.com/fu
28/01/2018	Fernando Alonso lluitarà pel campionat fins al final	http://www.mundodeportivo.com/m
28/01/2018	Jesé Rodríguez anuncia que es separa de la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/va
28/01/2018	Joaquin Sánchez es disfressa de Cristina Pedroche	http://www.mundodeportivo.com/va
29/01/2018	El missatge de Leo Messi després de guanyar a l'Alavés	http://www.mundodeportivo.com/fu
29/01/2018	Ivan Rakitic felicita a Cilic per l'Open d'Austràlia	http://www.mundodeportivo.com/fu
29/01/2018	Philippe Coutinho visita als seus companys del Liverpool	http://www.mundodeportivo.com/fu
29/01/2018	Neymar Jr segueix la sèrie de televisió "La casa de papel"	http://www.mundodeportivo.com/el
29/01/2018	Mauro Icardi publica un enigmàtic missatge a les xarxes socials	http://www.mundodeportivo.com/fu
30/01/2018	Sergi Roberto visita a un concursant d'Operación Triunfo	http://www.mundodeportivo.com/fu
30/01/2018	Leo Messi felicita a David Beckham per la compra dels Miami de la MLS	http://www.mundodeportivo.com/fu
31/01/2018	El nou look de Sergio Ramos causa sensació a les xarxes socials	http://www.mundodeportivo.com/el
31/01/2018	Cristiano Ronaldo gaudeix de la seva família a la piscina	http://www.mundodeportivo.com/fu
01/02/2018	Neymar penja una fotografia de la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/el
01/02/2018	Marc Bartra i Cristian Tello es retroben al Betis	http://www.mundodeportivo.com/fu
02/02/2018	Gerard Piqué fa 31 anys	http://www.mundodeportivo.com/fu
02/02/2018	Rubens Barrichello té un problema cardiovascular	http://www.mundodeportivo.com/m
03/02/2018	Luis Suárez comparteix una fotografia dels seus fills	http://www.mundodeportivo.com/fu
03/02/2018	Yerry Mina rep la visita de la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/fu
04/02/2018	Sergi Roberto demana perdó a Andreas Pereira per lesionar-lo	http://www.mundodeportivo.com/fu
04/02/2018	La parella de Neymar el visita pel seu aniversari	http://www.mundodeportivo.com/va
04/02/2018	Gerard Piqué celebra l'empat davant l'Espanyol	http://www.mundodeportivo.com/fu
05/02/2018	El missatge d'Andres Iniesta després del derbi contra l'Espanyol	http://www.mundodeportivo.com/fu
05/02/2018	La festa d'aniversari de Neymar	http://www.mundodeportivo.com/fu
05/02/2018	Genie Bouchard assisteix a la final de la Super Bowl	http://www.mundodeportivo.com/el
05/02/2018	Sergio Garcia es disculpa a Samuel Umtiti pels insults racistes	http://www.mundodeportivo.com/fu
06/02/2018	Ibai Gomez presenta al seu fill	http://www.mundodeportivo.com/va
06/02/2018	Els esportistes s'enganxen a la final d'Operación Triunfo	http://www.mundodeportivo.com/el
06/02/2018	Diego Godin agraeix la preocupació dels fans	http://www.mundodeportivo.com/fu
06/02/2018	Leo Messi desvela el nom del seu tercer fill	http://www.mundodeportivo.com/fu
09/02/2018	El missatge de Yerry Mina després de debutar amb el Barça	http://www.mundodeportivo.com/fu
09/02/2018	Neymar gaudeix de la neu de París	http://www.mundodeportivo.com/fu
09/02/2018	Andres Iniesta felicita a Yerry Mina pel seu debut	http://www.mundodeportivo.com/fu
10/02/2018	Leo Messi penja una fotografia amb els seus fills a Instagram	http://www.mundodeportivo.com/fu

10/02/2018	Katie Comptom mostra la seva ferida	http://www.mundodeportivo.com/ci
11/02/2018	El nou tatatge de Neymar	http://www.mundodeportivo.com/fu
11/02/2018	Vinicius Junior penja una fotografia sense samarreta a Twitter	http://www.mundodeportivo.com/fu
12/02/2018	Alvaro Morata penja un vídeo ballant amb la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/fu
12/02/2018	Neymar penja una fotografia a Instagram totalment nuu	http://www.mundodeportivo.com/fu
12/02/2018	Aaron Mooy mostra la ferida en la seva cama lesionada	http://www.mundodeportivo.com/fu
13/02/2018	Sergio Ramos troba a uns aficionats que es disfressen d'ell	http://www.mundodeportivo.com/el
14/02/2018	Leo Messi puja una fotografia amb el seu gos a Instagram	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/02/2018	Un futbolista rus es sona el nas amb un bitllet de 5.000 rubles	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/02/2018	Els tweets de Junior Firpo, del Betis, desitjant la mort a Leo Messi	http://www.mundodeportivo.com/el
15/02/2018	Leo Messi celebra el Dia Internacional del Càncer Infantil	http://www.mundodeportivo.com/fu
15/02/2018	Alvaro Vázquez manté un romanç amb una concursant d'Operación Triunfo	http://www.mundodeportivo.com/el
17/02/2018	Diego Godin torna a somriure després de perdre tres dents	http://www.mundodeportivo.com/fu
17/02/2018	Fabio Coentrao critica a l'afició de l'Astana	http://www.mundodeportivo.com/fu
19/02/2018	La festa de Neymar amb companys del PSG	http://www.mundodeportivo.com/va
19/02/2018	Alvaro Arbeloa valora la final de Copa del Rei de basquet	http://www.mundodeportivo.com/va
19/02/2018	Marco Asensio li talla el cabell a un amic	http://www.mundodeportivo.com/fu
19/02/2018	Ronaldinho desvela a que es dedicarà quan es retiri	http://www.mundodeportivo.com/fu
20/02/2018	Iker Casillas es discuteix amb un periodista per Twitter	http://www.mundodeportivo.com/fu
20/02/2018	El suposat àudio d'Hèctor Bellerín on declara que vol jugar al Barça	http://www.mundodeportivo.com/fu
20/02/2018	Un jugador de l'Estrasburg bromeja amb Neymar	http://www.mundodeportivo.com/fu
21/02/2018	Connor McGregor nega que torni a lluitar amb Mayweather	http://www.mundodeportivo.com/ba
21/02/2018	Fernando Alonso passa el control antidòping a les sis del matí	http://www.mundodeportivo.com/m
22/02/2018	Ousmane Dembélé s'entreté jugant a la consola	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/02/2018	Oier Olazabal felicita a Sergi Roberto per la seva renovació amb el Barça	http://www.mundodeportivo.com/fu
24/02/2018	Kylian M'bappe discuteix amb un jugador per Twitter	http://www.mundodeportivo.com/va
24/02/2018	El missatge de Cristiano Ronaldo al superar els 300 gols amb el Reial Madrid	http://www.mundodeportivo.com/fu
25/02/2018	Neymar Jr dona el condol al fill d'un exjugador recentment mort	http://www.mundodeportivo.com/va
25/02/2018	Marc Bartra grava a Joaquin Sánchez tocant la pandereta	http://www.mundodeportivo.com/va
26/02/2018	Neymar Jr mostra el seu turmell esquinçat a les xarxes socials	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/02/2018	Sergio Ramos i Pilar Rubio tornaran a ser pares	http://www.mundodeportivo.com/el
26/02/2018	Nemanja Matic desvela el missatge de José Mourinho	http://www.mundodeportivo.com/fu
27/02/2018	Eugene Bouchard comparteix una fotografia pel seu aniversari	http://www.mundodeportivo.com/va
27/02/2018	Usain Bolt desvela amb quin equip debutarà al futbol	http://www.mundodeportivo.com/fu
28/02/2018	El món del futbol despedeix a Enrique Castro "Quini"	http://www.mundodeportivo.com/fu
28/02/2018	Leo Messi es despedeix de Quini	http://www.mundodeportivo.com/fu
28/02/2018	El missatge de Neymar després de saber que ha de passar pel quiròfan	http://www.mundodeportivo.com/fu
01/03/2018	Cristiano Ronaldo penja una fotografia del seu fill imitant-lo	http://www.mundodeportivo.com/fu
01/03/2018	Bard Hari torna al ring després de sortir de la presó	http://www.mundodeportivo.com/va
02/03/2018	Adan bromeja amb Dani Ceballos per una fotografia amb la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/va
02/03/2018	Stephen Curry trenca un vidre de la seva habitació d'hotel	http://www.mundodeportivo.com/va
02/03/2018	Neymar Jr rep la visita de la seva parella	http://www.mundodeportivo.com/el
03/03/2018	Yerry Mina i Vitinho es retroben després de coincidir al Palmeiras	http://www.mundodeportivo.com/fu
04/03/2018	Andrea Pirlo i Gianluigi Buffon lamenten la mort de Davide Astori	http://www.mundodeportivo.com/fu
04/03/2018	La fotografia de Leo Messi que ha revolucionat les xarxes socials	http://www.mundodeportivo.com/fu
04/03/2018	Jimmy Butler critica a Ricky Rubio per Twitter	http://www.mundodeportivo.com/ba zasca.html

05/03/2018	André Gomes celebra la victòria davant l'Atlètic de Madrid	http://www.mundodeportivo.com/fu
05/03/2018	André Gomes passeja en bicicleta per Barcelona	http://www.mundodeportivo.com/fu
05/03/2018	Eli Pinedo critica a Sergio Busquets per les seves declaracions	http://www.mundodeportivo.com/fu
06/03/2018	Luis Suárez, Paulinho i Coutinho juguen al "teqball"	http://www.mundodeportivo.com/fu
06/03/2018	Guti celebra la victòria del Reial Madrid davant del PSG	http://www.mundodeportivo.com/fu
06/03/2018	Pierre Aubameyang regala una samarreta a un jove aficionat	http://urbanian.mundodeportivo.com
07/03/2018	El missatge de Neymar després de caure eliminat de la Champions	http://www.mundodeportivo.com/fu
07/03/2018	Ryad Mahrez publica un enigmàtic missatge a Facebook	http://www.mundodeportivo.com/fu
07/03/2018	Purito Rodríguez es multat per utilitzar el telèfon a la carretera	http://www.mundodeportivo.com/ci
08/03/2018	Sergio Ramos sorprèn amb un nou look	http://www.mundodeportivo.com/fu
08/03/2018	Dani Alves critica a la premsa esportiva a les xarxes socials	http://www.mundodeportivo.com/fu
10/03/2018	Ivan Rakitic celebra el seu aniversari amb la família	http://www.mundodeportivo.com/fu
10/03/2018	Leo Messi publica la primera fotografia del seu fill Ciro	http://www.mundodeportivo.com/fu
10/03/2018	Leo Messi dona suport als seus companys des de casa	http://www.mundodeportivo.com/fu
10/03/2018	Mario Suárez penja un vídeo amb la seva parella i se'l titlla de masclista	http://www.mundodeportivo.com/va
12/03/2018	Neymar Jr no es perd la festa d'aniversari de la seva germana Rafaella	http://www.mundodeportivo.com/va
12/03/2018	Arda Turan es casa amb la seva parella a Turquia	http://www.mundodeportivo.com/fu
12/03/2018	Jesé Rodríguez publica una fotografia del seu fill	http://www.mundodeportivo.com/el
13/03/2018	André Gomes tranquil·litza als seus fans després de les seves declaracions	http://www.mundodeportivo.com/fu
13/03/2018	Cristiano Ronaldo rep la visita d'Odell Becham Jr	http://www.mundodeportivo.com/fu
13/03/2018	Stephen Curry celebra el seu aniversari	http://www.mundodeportivo.com/ba
14/03/2018	Sergio León, del Betis, recorda al Sevilla que ells els van guanyar	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/03/2018	Romelu Lukaku es disculpa per les seves declaracions	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/03/2018	Karim Benzema presenta les seves noves espinilleras	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/03/2018	El missatge d'André Gomes després d'eliminar al Chelsea	http://www.mundodeportivo.com/fu
14/03/2018	Neymar homenatja a Stephen Hawking amb una fotografia	http://www.mundodeportivo.com/va
14/03/2018	Diego Costa desprecia a Antonio Conte, entrenador del Chelsea	http://www.mundodeportivo.com/fu
15/03/2018	Neymar s'entrena al gimnàs per recuperar-se de la seva lesió	http://www.mundodeportivo.com/va
15/03/2018	Ben Yedder i Ryad Mahrez, amics des de la infància	http://www.mundodeportivo.com/fu
16/03/2018	Fernando Belasteguín visita el Camp Nou per veure el partit de Champions	http://www.mundodeportivo.com/va
17/03/2018	El missatge d'ànim d'Alvaro Arbeloa a Filipe Luis després de lesionar-se	http://www.mundodeportivo.com/va
17/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb el nou pentinat de Neymar JR	http://www.mundodeportivo.com/el
17/03/2018	Jorge Sampaoli visita a Pep Guardiola a Manchester	http://www.mundodeportivo.com/fu
18/03/2018	Eugene Bouchard celebra el dia de Sant Patrici	http://www.mundodeportivo.com/va
18/03/2018	Marc Barta celebra la victòria del Betis davant l'Espanyol	http://www.mundodeportivo.com/fu
19/03/2018	Els jugadors del Barça i els seus fills	http://www.mundodeportivo.com/fu
19/03/2018	Els jugadors del Reial Madrid i els seus fills	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Andrés Iniesta rep el seu regal del Dia del Pare	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Cristiano Ronaldo celebra el seus quatre gols amb el Reial Madrid	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Bastian Schweinsteiger i Ana Ivanovic ja son pares	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Ivan Rakitic penja una fotografia amb la seva família	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Juan Martín del Potro celebra haver guanyat l'Indian Wells	http://www.mundodeportivo.com/va
19/03/2018	Karim Benzema respon a Mathieu Valbuena per Instagram	http://www.mundodeportivo.com/fu
19/03/2018	Wissam Ben Yedder bromeja amb Paul Pogba la victòria del Sevilla	http://www.mundodeportivo.com/fu
20/03/2018	El ball de Neymar Jr a la cama coixa en la festa de la seva germana	http://www.mundodeportivo.com/va
20/03/2018	Leo Messi protagonitza el nou anunci d'Adidas	http://www.mundodeportivo.com/fu

21/03/2018	Marcos Llorente penja una fotografia sense samarreta	http://www.mundodeportivo.com/fu
21/03/2018	Jesé Rodríguez penja una fotografia amb els seus fills	http://www.mundodeportivo.com/el
21/03/2018	Pierre Emerick Aubameyang viatge a Espanya per veure a la seva avia	http://www.mundodeportivo.com/el
22/03/2018	Graeth Bale s'entreté jugant al golf	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/03/2018	Iker Casillas descobreix el seu doble	http://www.mundodeportivo.com/fu
22/03/2018	Lewis Hamilton busca un perruquer per Instagram	http://www.mundodeportivo.com/m
23/03/2018	Theo Hernández es pinta el cabell de color plata	http://www.mundodeportivo.com/fu
23/03/2018	Javier Hernández respon a una seguidora per Twitter	http://urbanian.mundodeportivo.com
25/03/2018	Marc Andre Ter Stegen publica una fotografia amb Jordi Alba	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/03/2018	Andrés Guardado nega que s'ha mort	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/03/2018	La filla de Marc Bartra anima al Betis	http://www.mundodeportivo.com/va
26/03/2018	Sergio Ramos anuncia el naixement del seu tercer fill	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/03/2018	Nick Kyrgios critica a Fernando Velasco per Twitter	http://www.mundodeportivo.com/te
26/03/2018	El selfie de Cristiano Ronaldo	http://urbanian.mundodeportivo.com
27/03/2018	Ivan Rakitic es fotografia amb Dirk Nowitzki	http://www.mundodeportivo.com/ba
27/03/2018	Fernando Alonso bromeja amb Carlos Sainz Jr	http://www.mundodeportivo.com/m
27/03/2018	Ousmane Dembelé comparteix una fotografia amb Antoine Griezmann	http://www.mundodeportivo.com/fu
28/03/2018	El sopar poc saludable de Eugenie Bouchard	http://www.mundodeportivo.com/te
29/03/2018	La fotografia del fill de Jesé Rodríguez	http://www.mundodeportivo.com/el
30/03/2018	Gianluigi Buffon al·lucina amb una jugada de bàsquet	http://www.mundodeportivo.com/va
30/03/2018	Dries Mertens bromeja amb Romelu Lukaku	http://www.mundodeportivo.com/fu

7.3.3. AS

Data	Notícia	Enllaç
01/01/2018	Els jugadors del Reial Madrid celebren l'any 2018	https://as.com/futbol/2018/01/01/pr
01/01/2018	Els fills dels esportistes que naixeran al 2018	https://as.com/opinion/2018/01/01/
01/01/2018	Nainggolan penja un vídeo bevent alcohol i fumant	https://as.com/videos/2018/01/01/p
02/01/2018	La imatge familiar de Zinedine Zidane	https://as.com/videos/2018/01/02/m
02/01/2018	Victor Valdés s'elimina tots els perfils de les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/01/02/in
03/01/2018	La ciclista Caroline Buchanan es atropellada	https://as.com/ciclismo/2018/01/03/
04/01/2018	La foto en banyador de Genie Bouchard	https://as.com/tikitakas/2018/01/04/
04/01/2018	Iker Casillas homenatja a Victor Valdés en la seva retirada	https://as.com/futbol/2018/01/04/pr
04/01/2018	El vídeo de Jesé amb el seu fill malalt a l'hospital	https://as.com/videos/2018/01/04/m
04/01/2018	Michael Carrick dona suport a David Silva	https://as.com/futbol/2018/01/04/in
05/01/2018	Mario Balotelli bromeja per Twitter	https://as.com/videos/2018/01/05/p
05/01/2018	Emmanuel Adebayor adopta al fill del seu germà	https://as.com/tikitakas/2018/01/05/
05/01/2018	Els fills de Cristiano Ronaldo visiten als Reis Mags	https://as.com/tikitakas/2018/01/05/
05/01/2018	Neymar gaudeix a la platja amb la seva família	https://as.com/videos/2018/01/05/p
05/01/2018	Publicacions dels esportistes a les xarxes socials	https://as.com/ocio/2015/11/13/alb
06/01/2018	Dani Alves es grava cantant una cançó	https://as.com/videos/2018/01/06/p
07/01/2018	Els jugadors del Cerceda es queden atrapats a la carretera per la neu	https://as.com/futbol/2018/01/07/m
07/01/2018	Blaise Matuidi respon als insult racistes	https://as.com/tikitakas/2018/01/07/
07/01/2018	La història d'amor entre Philippe Coutinho i la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/01/07/
07/01/2018	La nova parella de Jesse Lingard	https://as.com/tikitakas/2018/01/07/
08/01/2018	El tuit d'Alvaro Arbeloa després de la derrota del Reial Madrid	https://as.com/futbol/2018/01/08/pr
08/01/2018	El futbolista més ric del món	https://as.com/futbol/2018/01/08/in
09/01/2018	Neymar felicita a Coutinho pel seu fitxatge pel Barça	https://as.com/futbol/2018/01/09/pr
09/01/2018	El gos de James Rodríguez fa de porter	https://as.com/tikitakas/2018/01/09/
09/01/2018	Antonio Adan fa unes polèmiques declaracions	https://as.com/videos/2018/01/09/p
09/01/2018	LeBron James critica la campanya d'H&M	https://as.com/baloncesto/2018/01/
10/01/2018	Marcos Llorente i la seva parella van al gimnàs	https://as.com/tikitakas/2018/01/10/
10/01/2018	Les vacances de Mauro Icardi	https://as.com/tikitakas/2018/01/10/
10/01/2018	Antonio Adan demana perdo a Twitter	https://as.com/futbol/2018/01/09/pr
11/01/2018	Maradona critica a l'entrenador del Sevilla	https://as.com/futbol/2018/01/
13/01/2018	Vinicius, nou jugador del Reial Madrid, es fotografia amb Ronaldinho	https://as.com/futbol/2018/01/13/pr
13/01/2018	El missatge de Paul Pogba a Griezmann	https://as.com/futbol/2018/01/13/pr
13/01/2018	El perruquer de Neymar	https://as.com/tikitakas/2018/01/13/
13/01/2018	Carlos Sainz explica com serà la cursa del Dakar	https://as.com/videos/2018/01/13/p
13/01/2018	El look de Sergio Ramos	https://as.com/tikitakas/2018/01/13/
14/01/2018	Luis Moya abandona la UCI	https://as.com/motor/2018/01/14/m
14/01/2018	Un jugador de l'Stoke City confon el dia de partit	https://as.com/videos/2018/01/14/p
14/01/2018	Els esportistes argentins volen portar a Manu Ginobili a l'All Star de l'NBA	https://argentina.as.com/argentina/
15/01/2018	La tristesa de Neymar a les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/01/15/pr
15/01/2018	Simone Biles explica a Twitter que va ser assetjada sexualment	https://as.com/masdeporte/2018/03/
15/01/2018	Lukaku dona pistes sobre el futur d'Alexis Sánchez	https://as.com/futbol/2018/01/15/in
16/01/2018	L'Stoke City agraeix el <i>fair play</i> de Juan Mata	https://as.com/futbol/2018/01/16/in

16/01/2018	El <i>dribbling</i> de Neymar a un company del PSG	https://as.com/videos/2018/01/15/p
18/01/2018	La família de Cristiano Ronaldo	https://as.com/tikitakas/2018/01/18
19/01/2018	Rafinha dona pistes del seu futur en les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/01/19/pr
19/01/2018	Un jugador expulsat es riu de la sanció	https://as.com/futbol/2018/01/19/m
20/01/2018	Carlos Sainz Jr felicita al seu pare per guanyar el Dakar	https://as.com/motor/2018/01/20/m
21/01/2018	L'enigmàtic missatge de Neymar a les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/01/21/in
21/01/2018	El nou tatuatge de Nelson Semedo	https://as.com/tikitakas/2018/01/21
21/01/2018	Neymar critica les mentides sobre ell	https://as.com/tikitakas/2018/01/21
22/01/2018	El nou tatuatge de Zlatan Ibrahimovic	https://as.com/tikitakas/2018/01/22
22/01/2018	Les cases dels jugadors del Barça	https://as.com/opinion/2018/01/21/l
24/01/2018	Messi es despedeix dels seus companys traspassats	http://www.mundodeportivo.com/fu
25/01/2018	Alvaro Negredo nega que la seva mala relació amb Quaresma	https://as.com/futbol/2018/01/25/in
25/01/2018	Cristiano Ronaldo envia un missatge al madridisme	https://as.com/futbol/2018/01/25/pr
26/01/2018	Neymar dona un <i>like</i> a Karim Benzema a Instagram	https://as.com/futbol/2018/01/26/pr
27/01/2018	Joaquin Sánchez es disfressa de Cristina Pedroche	https://as.com/tikitakas/2018/01/27
28/01/2018	Fernando Alonso lluitarà pel campionat fins al final	https://as.com/videos/2018/01/28/p
29/01/2018	Jon Rahm ens presenta la seva parella	https://as.com/opinion/2018/01/28/
30/01/2018	Marcelo es fa youtuber	https://as.com/videos/2018/01/30/p
30/01/2018	El tweet que deixa en mal lloc a Iñigo Martínez	https://as.com/futbol/2018/01/30/pr
30/01/2018	Leo Messi felicita a David Beckham per la compra dels Miami de la MLS	https://as.com/futbol/2018/01/30/in
31/01/2018	Connor McGregor es burla de Floyd Mayweather	https://as.com/masdeporte/2018/03
31/01/2018	Aubameyang es despedeix de l'afició del Borussia Dortmund	https://as.com/futbol/2018/01/31/in
03/02/2018	Mauro Icardi nega que travessi una crisi amb la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/
03/02/2018	La festa d'aniversari de Gerard Piqué	https://as.com/tikitakas/2018/02/03
04/02/2018	La festa d'aniversari de Neymar	https://as.com/futbol/2018/02/04/all
05/02/2018	Genie Bouchard assisteix a la final de la Super Bowl	https://as.com/tenis/2018/02/
05/02/2018	La parella de Neymar el visita pel seu aniversari	https://as.com/tikitakas/2018/02/05
05/02/2018	Edinson Cavani s'enganxa a la final d'Operación Triunfo	https://as.com/epik/2018/02/05/por
05/02/2018	Sergio Garcia es disculpa a Samuel Umtiti pels insults racistes	https://as.com/futbol/2018/02/05/pr
05/02/2018	Cristiano Ronaldo s'entrena a casa	https://as.com/futbol/2018/02/05/pr
06/02/2018	Sergi Llull segueix recuperant-se de la seva lesió	https://as.com/videos/2018/02/06/p
06/02/2018	Mauro Icardi fa una enquesta a les xarxes socials	https://as.com/tikitakas/2018/02/06
07/02/2018	Ricardinho bromeja amb Sergio Ramos	https://as.com/masdeporte/2018/02
07/02/2018	La relació de Yeray Álvarez amb la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/02/07
07/02/2018	Leo Messi desvela el nom del seu tercer fill	https://as.com/tikitakas/2018/02/07
09/02/2018	Zouhair Feddal agraeix l'interès del Reial Madrid	https://as.com/futbol/2018/02/09/pr
09/02/2018	Serena Williams es riu del look de la seva germana Venus	https://as.com/videos/2018/02/09/p
10/02/2018	Neymar mostra les seves ferides després d'un partit	http://www.marca.com/futbol/liga-fr
11/02/2018	El nou tatuatge de Neymar	https://as.com/tikitakas/2018/02/11
11/02/2018	Sergio Ramos bromeja amb Russell Westbrook sobre el seu estil de roba	https://as.com/tikitakas/2018/02/11
12/02/2018	Adam Lallana penja una fotografia dels seus peus després del partit	https://as.com/futbol/2018/02/12/in
12/02/2018	Neymar defensa al seu compatriota Vinicius Junior	https://as.com/futbol/2018/02/12/in
12/02/2018	Alvaro Morata penja un vídeo ballant amb la seva parella	https://as.com/videos/2018/02/12/p
12/02/2018	Neymar penja una fotografia a Instagram totalment un	https://as.com/tikitakas/2018/02/12
13/02/2018	Sergio Ramos es fotografia amb el seu germà	https://as.com/opinion/2018/02/12/
13/02/2018	Juan Mata bromeja amb Joaquín Rodríguez per Instagram	https://as.com/tikitakas/2018/02/13

13/02/2018	Sergio Ramos anima als aficionats del Reial Madrid davant el partit del PSG	https://as.com/videos/2018/02/13/p
14/02/2018	Lindsey Vonn busca parella per Twitter	https://as.com/masdeporte/2018/02/14/p
14/02/2018	Filipe Luis es deixa maquillar per la seva filla	https://as.com/tikitakas/2018/02/14/p
14/02/2018	El Sant Valentí dels esportistes	https://as.com/tikitakas/2018/02/14/p
14/02/2018	Un futbolista rus es sona el nas amb un bitllet de 5.000 rubles	https://as.com/videos/2018/02/14/p
15/02/2018	Cristiano Ronaldo dona suport a l'organització "Save the Children"	https://as.com/tikitakas/2018/02/15/p
15/02/2018	Cristiano Ronaldo juga amb els seu fill recent nascut	https://as.com/tikitakas/2018/02/15/p
15/02/2018	Un jugador de l'Olympique de Marsella celebra la derrota del PSG	https://as.com/videos/2018/02/15/p
17/02/2018	Fabio Coentrao critica a l'afició de l'Astana	https://as.com/futbol/2018/02/17/in
17/02/2018	Lionel Carole lamenta la seva estada al Sevilla	https://as.com/futbol/2018/02/17/pr
18/02/2018	Fernando Alonso rememora el campionat de F1 de 2005	https://as.com/motor/2018/02/18/fo
19/02/2018	La festa de Neymar amb companys del PSG	https://as.com/futbol/2018/02/19/in
19/02/2018	Marco Asensio li talla el cabell a un amic	https://as.com/tikitakas/2018/02/19/p
19/02/2018	Iker Casillas celebra la seva tornada a la titularitat amb l'Oporto	https://as.com/tikitakas/2018/02/19/p
19/02/2018	Pau Gasol li declara el seu amor a la seva parella	https://as.com/opinion/2018/02/16/p
19/02/2018	Gonzalo Higuain tranquil·litza als fans de la Juventus després de lesionar-se	https://as.com/futbol/2018/02/19/in
20/02/2018	Isco Alarcón bromeja amb la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/02/20/p
20/02/2018	Isco Alarcón juga al billar amb la seva parella	https://as.com/futbol/2018/02/20/pr
21/02/2018	Fernando Alonso passa el control antidòping a les sis del matí	https://as.com/motor/2018/02/21/m
22/02/2018	Sergio Ramos celebra els 550 partits disputats amb el Reial Madrid	https://as.com/futbol/2018/02/22/pr
22/02/2018	Neymar Jr patrocina uns auriculars de música	https://as.com/betech/2018/02/21/p
22/02/2018	Paul Pogba es beneeix abans del partit contra el Sevilla	https://as.com/futbol/2018/02/22/ch
23/02/2018	Neymar Jr dona el condol al fill d'un exjugador recentment mort	https://as.com/tikitakas/2018/02/23/p
26/02/2018	Neymar Jr mostra el seu turmell esquinçat a les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/02/25/in
26/02/2018	Sergio Ramos i Pilar Rubio tornaran a ser pares	https://as.com/tikitakas/2018/02/26/p
27/02/2018	Nemanja Matic desvela el missatge de José Mourinho	https://as.com/futbol/2018/02/27/in
27/02/2018	El món del futbol despedeix a Enrique Castro "Quini"	https://as.com/futbol/2018/02/27/pr
27/02/2018	David Villa es despedeix de Quini	https://as.com/futbol/2018/02/27/pr
27/02/2018	El nou pentinat de Paul Pogba	https://as.com/tikitakas/2018/02/27/p
28/02/2018	Un ciclista polonès pateix una gran nevada mentre s'entrenava	https://as.com/ciclismo/2018/02/27/p
28/02/2018	Diego Armando Maradona es despedeix de Quini	https://as.com/futbol/2018/02/28/po
02/03/2018	Bard Hari torna al ring després de sortir de la presó	https://as.com/masdeporte/2018/03/02/p
02/03/2018	Cristiano Ronaldo penja una fotografia del seu fill imitant-lo	https://as.com/tikitakas/2018/03/02/p
02/03/2018	Neymar Jr rep la visita de la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/03/02/p
02/03/2018	Dries Mertens dona menjar als sense sostre	https://as.com/futbol/2018/03/02/in
02/03/2018	Stephen Curry trenca un vidre de la seva habitació d'hotel	https://as.com/tikitakas/2018/03/02/p
03/03/2018	Jimmy Butler critica a Ricky Rubio per Twitter	https://as.com/baloncesto/2018/03/03/p
04/03/2018	El món del futbol es despedeix de Davide Astori	https://as.com/futbol/2018/03/04/in
04/03/2018	La fotografia de Leo Messi que ha revolucionat les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/03/04/in
04/03/2018	Antoine Griezmann es relaxa jugant a un joc de taula	https://as.com/tikitakas/2018/03/04/p
05/03/2018	El ball de Garbiñe Muguruza en la cerimònia dels Oscar	https://as.com/videos/2018/03/05/n
05/03/2018	Garbiñe Muguruza es fotografia amb Kobe Bryant als Oscar	https://as.com/tenis/2018/03/05/ma
05/03/2018	Ferran Torres celebra el seu aniversari al vestidor del València	https://as.com/videos/2018/03/05/a
05/03/2018	Eli Pinedo critica a Sergio Busquets per les seves declaracions	https://as.com/masdeporte/2018/03/05/p
05/03/2018	Iker Casillas comparteix un vídeo de parkour	https://as.com/videos/2018/03/05/p
07/03/2018	Ryad Mahrez publica un enigmàtic missatge a Facebook	https://as.com/futbol/2018/03/07/in

07/03/2018	El missatge de Neymar després de caure eliminat de la Champions	https://as.com/futbol/2018/03/07/ch
07/03/2018	Connor McGregor li regala un cotxe de 60.000 euros a la seva mare	https://as.com/tikitakas/2018/03/07
08/03/2018	Dani Alves critica a la premsa esportiva a les xarxes socials	https://as.com/futbol/2018/03/08/ch
09/03/2018	Sergio Ramos sorpèn amb un nou look	https://as.com/futbol/2018/03/09/pr
10/03/2018	Theo Hernández es grava cantant al cotxe	https://as.com/videos/2018/03/09/a
10/03/2018	Leo Messi publica la primera fotografia del seu fill Ciro	https://as.com/tikitakas/2018/03/10
10/03/2018	Les fotografies de Sergio Ramos a les xarxes socials	https://as.com/epik/2018/03/10/por
10/03/2018	Leo Messi dona suport als seus companys des de casa	https://as.com/tikitakas/2018/03/10
10/03/2018	El fill de Cesc Fàbregas comença a jugar al futbol	https://as.com/tikitakas/2018/03/10
12/03/2018	Els posts dels esportistes a les xarxes socials	https://as.com/ocio/2015/11/13/alb
12/03/2018	Cristiano Ronaldo passa el dia a la neu amb la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/03/12
12/03/2018	Arda Turan es casa amb la seva parella a Turquia	https://as.com/tikitakas/2018/03/12
12/03/2018	Isco Alarcón viatja al Marroc amb la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/03/12
13/03/2018	Serena Williams torna a les pistes després de ser mare	https://as.com/opinion/2018/03/11/
13/03/2018	Karim Benzema presenta les seves noves espinilleras	https://as.com/tikitakas/2018/03/13
14/03/2018	André Gomes tranquil·litza als seus fans després de les seves declaracions	https://as.com/futbol/2018/03/14/ch
14/03/2018	Neymar Jr s'entretén jugant al pòquer	https://as.com/tikitakas/2018/03/14
14/03/2018	Juan Andreu, jugador d'handbol, és multat per portar el jersei del Sevilla	https://as.com/futbol/2018/03/14/ch
14/03/2018	Neymar homenatja a Stephen Hawking amb una fotografia	https://as.com/futbol/2018/03/14/in
14/03/2018	Diego Costa desprecia a Antonio Conte, entrenador del Chelsea	https://as.com/futbol/2018/03/14/ch
15/03/2018	El missatge d'André Gomes després d'eliminar al Chelsea	https://as.com/futbol/2018/03/15/pr
16/03/2018	El missatge d'ànim d'Alvaro Arbeloa a Filipe Luis després de lesionar-se	https://as.com/futbol/2018/03/16/pr
16/03/2018	El nous tatuatges d'Angel Di Maria	https://as.com/tikitakas/2018/03/16
16/03/2018	Paul Pogba celebra el seu 25é aniversari	https://as.com/tikitakas/2018/03/16
17/03/2018	Sergio Ramos celebra l'aniversari de la seva parella	https://as.com/tikitakas/2018/03/17
17/03/2018	Neymar Jr presenta el seu nou look amb trenes	https://as.com/futbol/2018/03/17/pr
17/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb el nou pentinat de Neymar Jr	https://as.com/futbol/2018/03/17/pr
18/03/2018	Sergio Ramos torna a sorprendre amb la seva vestimenta	https://as.com/tikitakas/2018/03/18
19/03/2018	Karim Benzema respon a Mathieu Valbuena per Instagram	https://as.com/futbol/2018/03/19/m
20/03/2018	Marcelo es fotografia amb els companys de la selecció del Brasil	https://as.com/futbol/2018/03/20/in
20/03/2018	Sergio Ramos i la seva parella esperen al tercer fill	https://as.com/tikitakas/2018/03/20
21/03/2018	Pierre Emerick Aubameyang viatge a Espanya per veure a la seva avia	https://as.com/tikitakas/2018/03/21
21/03/2018	Marcos Llorente penja una fotografia sense samarreta	https://as.com/tikitakas/2018/03/21
21/03/2018	Leo Messi protagonitza el nou anunci d'Adidas	https://as.com/tikitakas/2018/03/21
22/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb Samuel Umtiti i Paul Pogba	https://as.com/tikitakas/2018/03/22
22/03/2018	Mateo Kovacic, Luka Modric i Ivan Rakitic van a veure un partit de l'NBA	https://as.com/tikitakas/2018/03/22
22/03/2018	Iker Casillas descobreix el seu doble	https://as.com/epik/2018/03/21/por
22/03/2018	Lewis Hamilton busca un perruquer per Instagram	https://as.com/tikitakas/2018/03/22
22/03/2018	Theo Hernández es pinta el cabell de color plata	https://as.com/tikitakas/2018/03/22
22/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb Samuel Umtiti i Paul Pogba	https://as.com/tikitakas/2018/03/22
23/03/2018	Tyson Fury tornarà a competir després de 2 anys	https://as.com/masdeporte/2018/03
23/03/2018	Neymar Jr mostra el seu peu després de l'operació	https://as.com/futbol/2018/03/23/in
23/03/2018	Karim Benzema bromeja amb Frank Ribery	https://as.com/futbol/2018/03/23/in
23/03/2018	Pepe, futbolista portuguès, penja un vídeo ballant amb la seva filla	https://as.com/videos/2018/03/23/n
23/03/2018	David De Gea es despedeix de Zlatan Ibrahimovic	https://as.com/tikitakas/2018/03/23
24/03/2018	Neymar Jr es retroba amb Vinicius Jr a Brasil	https://as.com/futbol/2018/03/24/in

25/03/2018	Filipe Luis comença la seva recuperació al gimnàs	https://as.com/futbol/2018/03/25/pr
26/03/2018	Andrés Guardado nega que s'ha mort	https://as.com/futbol/2018/03/26/pr
26/03/2018	Caroline Wozniacki denuncia que rep amenaces de mort	https://as.com/tenis/2018/03/26/ma
28/03/2018	La fotografia de Gerard Piqué amb Shakira	https://as.com/tikitakas/2018/03/28
28/03/2018	Marco Asensio juga a bàsquet amb el seu germà	https://as.com/videos/2018/03/28/a
29/03/2018	Gianluigi Buffon al·lucina amb una jugada de bàsquet	https://as.com/videos/2018/03/29/p
30/03/2018	Joaquín Sánchez gaudeix de la processió de Setmana Santa	https://as.com/tikitakas/2018/03/30
30/03/2018	Luis Suárez comença una nova campanya solidària	https://us.as.com/us/2018/03/31/fu

7.3.4. Marca

Data	Notícia	Enllaç
01/01/2018	Les felicitacions d'any nou dels esportistes	http://www.marca.com/futbol
01/01/2018	Les felicitacions d'any nou dels esportistes (2)	http://www.marca.com/polide
01/01/2018	Nainggolan penja un vídeo bevent alcohol i fumant	http://www.marca.com/futbol
02/01/2018	Els propòsits de Koke Resurrección pel 2018	http://www.marca.com/futbol
02/01/2018	Neymar torna amb la seva ex-parella	http://www.marca.com/tirami
03/01/2018	David Silva confirma el naixement prematur del seu fill	http://www.marca.com/futbol
03/01/2018	James Rodríguez segueix a una actriu de cinema per adults	http://www.marca.com/buzz/2
04/01/2018	El Barça homenatja a Victor Valdés per la seva retirada	http://videos.marca.com/v/0
04/01/2018	El vídeo de Jesé amb el seu fill malalt a l'hospital	http://www.marca.com/futbol
05/01/2018	David Villa commemora a Victor Valdés	http://www.marca.com/futbol
08/01/2018	La història d'amor entre Philippe Coutinho i la seva parella	http://www.marca.com/buzz/album
08/01/2018	El futbolista més ric del món	http://www.marca.com/futbol/premi
09/01/2018	LeBron James critica la campanya d'H&M	http://www.marca.com/balonc
10/01/2018	Gabriel Jesús s'entrena al gimnàs	http://www.marca.com/buzz/2
10/01/2018	Les fotos de Simone Zaza i la seva parella	http://www.marca.com/buzz/a
13/01/2018	Vinicius, nou jugador del Reial Madrid, es fotografia amb Ronaldinho	http://www.marca.com/futbol
13/01/2018	El missatge de Paul Pogba a Griezzman	http://www.marca.com/futbol
14/01/2018	El look de Sergio Ramos	http://www.marca.com/futbol
14/01/2018	Luis Moya abandona la UCI	http://www.marca.com/motor/dakar
14/01/2018	El ball de Garbiñe Muguruza	http://videos.marca.com/v/0_jn8htx
15/01/2018	Andy Murray bromeja a Twitter	http://www.marca.com/tenis/open-a
15/01/2018	Simone Biles explica a Twitter que va ser assetjada sexualment	http://www.marca.com/polideportiv
15/01/2018	El <i>dribbling</i> de Neymar a un company del PSG	http://www.marca.com/futbol/liga-fr
17/01/2018	Iker Casillas aprecia a Ronaldinho	http://www.marca.com/futbol/2018/
18/01/2018	Els rivals de Neymar el llueixen	http://www.marca.com/futbol
18/01/2018	El mentor de Willy Hernangomez a l'NBA	http://www.marca.com/baloncesto/
18/01/2018	El ball de Pogba i Lingard	http://videos.marca.com/v/0_7pafju
18/01/2018	Un jugador es despatxat per insultar al club	http://www.marca.com/futbol/seguir
19/01/2018	Iker Casillas i Gerard Piqué bromegen a les xarxes socials	http://www.marca.com/buzz/2018/C
19/01/2018	La fotografia de Gerard Pique i Shakira	http://www.marca.com/buzz/2018/C
19/01/2018	Jordi Alba mostra el seu fill	http://www.marca.com/tiramillas/ac
22/01/2018	Kylian M'bappe tranquil·litza als seus seguidors	http://www.marca.com/futbol/liga-fr
22/01/2018	El jugador de l'NBA Towns es criticat a les xarxes socials	http://www.marca.com/baloncesto/
24/01/2018	Messi es despedeix dels seus companys traspasats	http://www.mundodeportivo.com/fu
26/01/2018	Karim Benzema presumeix de cotxe i rellotge	http://videos.marca.com/v/0_q8icxt
27/01/2018	Jugadors de la NBA es barallen a Twitter	http://www.marca.com/balonc
28/01/2018	Fernando Alonso valora les 24 hores de Daytona	http://www.marca.com/motor
30/01/2018	El tweet que deixa en mal lloc a Iñigo Martínez	http://www.marca.com/futbol
30/01/2018	Leo Messi felicita a David Beckham per la compra dels Miami de la MLS	http://www.marca.com/futbol
30/01/2018	Mauro Icardi publica un enigmàtic missatge a les xarxes socials	http://www.marca.com/buzz/2
30/01/2018	Iñigo Martínez es despedeix de l'Athletic de Bilbao a Twitter	http://www.marca.com/futbol

31/01/2018	Myke Tyson entrena al seu fill	http://videos.marca.com/v/0...deportes&count=0?cid=MARCA
01/02/2018	Roger Federer entrena amb Bill Gates	http://www.marca.com/buzz/2
01/02/2018	El nou look de Sergio Ramos causa sensació a les xarxes socials	http://www.marca.com/buzz/2
01/02/2018	Aubameyang es despedeix de l'afició del Borussia Dortmund	http://www.marca.com/futbol
01/02/2018	Marc Bartra bromeja amb un aficionat del Betis	http://www.marca.com/futbol
04/02/2018	La festa d'aniversari de Neymar	http://www.marca.com/futbol
05/02/2018	Neymar juga amb el seu fill	http://videos.marca.com/v/0...
05/02/2018	Sergio Garcia es disculpa a Samuel Umtiti pels insults racistes	http://www.marca.com/futbol
06/02/2018	Diego Godin agraeix la preocupació dels fans	http://www.marca.com/futbol
09/02/2018	Yerry Mina bromeja amb Dennis Suárez	http://co.marca.com/claro/futbol
09/02/2018	Neymar gaudeix de la neu de París	http://www.marca.com/futbol
09/02/2018	Rafa Nadal s'emociona amb la carta d'una fan	http://www.marca.com/tenis/
11/02/2018	Cristiano Ronaldo visita un lluitador d'UFC	http://www.marca.com/comba
12/02/2018	El nou tatuatge de Neymar	http://www.marca.com/buzz/2
12/02/2018	Alvaro Morata penja un vídeo ballant amb la seva parella	http://www.marca.com/futbol
13/02/2018	Sergio Ramos anima als aficionats del Reial Madrid davant el partit del PSG	http://videos.marca.com/v/0...
13/02/2018	Cristiano Ronaldo juga amb els seu fill recent nascut	http://www.marca.com/futbol
14/02/2018	Juan Mata bromeja amb Joaquín Rodríguez per Instagram	http://www.marca.com/buzz/2
14/02/2018	Un futbolista rus es sona el nas amb un bitllet de 5.000 rubles	http://www.marca.com/futbol
14/02/2018	El Sant Valentí dels futbolistes espanyols	http://www.marca.com/tirami
15/02/2018	Un jugador de l'Olympique de Marsella celebra la derrota del PSG	http://videos.marca.com/v/0...
19/02/2018	Gonzalo Higuain tranquil·litza als fans de la Juventus després de lesionar-se	http://www.marca.com/futbol
19/02/2018	Connor McGregor envia un missatge a Floyd Mayweather per Instagram	http://www.marca.com/comba
20/02/2018	Marco Asensio li talla el cabell a un amic	http://www.marca.com/buzz/2
20/02/2018	James Rodríguez penja una fotografia amb Pepe	http://co.marca.com/claro/futbol
20/02/2018	Iker Casillas es discuteix amb un periodista per Twitter	http://www.marca.com/futbol
21/02/2018	Fernando Alonso passa el control antidòping a les sis del matí	http://www.marca.com/motor
22/02/2018	Sergio Ramos celebra els 550 partits disputats amb el Reial Madrid	http://www.marca.com/futbol
24/02/2018	El missatge de Cristiano Ronaldo al superar els 300 gols amb el Reial Madrid	http://www.marca.com/futbol
26/02/2018	Neymar Jr mostra el seu turmell esquinçat a les xarxes socials	http://www.marca.com/futbol
26/02/2018	Sergio Ramos i Pilar Rubio tornaran a ser pares	http://www.marca.com/tirami
26/02/2018	El divertit ball d'Angel Di Maria i Giovanni Lo Celso	http://www.marca.com/buzz/2
26/02/2018	Roben la cama ortopèdica d'una nedadora paralímpica	http://www.marca.com/paralin
27/02/2018	Nemanja Matic desvela el missatge de José Mourinho	http://www.marca.com/futbol
28/02/2018	El món del futbol despedeix a Enrique Castro "Quini"	http://www.marca.com/futbol
28/02/2018	Leo Messi es despedeix de Quini	http://www.marca.com/futbol
28/02/2018	David Villa es despedeix de Quini	http://www.marca.com/futbol
28/02/2018	Eugene Bouchard comparteix una fotografia pel seu aniversari	http://www.marca.com/buzz/2
28/02/2018	Diego Armando Maradona es despedeix de Quini	http://www.marca.com/futbol
28/02/2018	El missatge de Neymar després de saber que ha de passar pel quiròfan	http://www.marca.com/futbol
01/03/2018	El nou pentinat de Paul Pogba	http://www.marca.com/buzz/2
02/03/2018	Cristiano Ronaldo penja una fotografia del seu fill imitant-lo	http://www.marca.com/buzz/2
02/03/2018	Adan bromeja amb Dani Ceballos per una fotografia amb la seva parella	http://www.marca.com/buzz/2
02/03/2018	Joel Embiid vol fitxar a LeBron James pels Philadelphia 76ers	http://www.marca.com/balona
03/03/2018	Jimmy Butler critica a Ricky Rubio per Twitter	http://www.marca.com/balona
04/03/2018	El món del futbol es despedeix de Davide Astori	http://www.marca.com/futbol

04/03/2018	La fotografia de Leo Messi que ha revolucionat les xarxes socials	http://www.marca.com/futbol
04/03/2018	Antoine Griezmann es relaxa jugant a un joc de taula	http://videos.marca.com/v/0_1
04/03/2018	Carlos Salcedo i Javier Hernández lamenten la mort de Davide Astori	http://www.marca.com/claro-r
05/03/2018	El ball de Garbiñe Muguruza en la cerimònia dels Oscar	http://www.marca.com/tirami
05/03/2018	Garbiñe Muguruza es fotografia amb Kobe Bryant als Oscar	http://www.marca.com/balonc
05/03/2018	David Villa homenatja a "Quini" en un partit	http://www.marca.com/futbol
05/03/2018	Eli Pinedo critica a Sergio Busquets per les seves declaracions	http://www.marca.com/futbol
05/03/2018	Riccardo Saponara explica com va morir Davide Astori	http://www.marca.com/futbol
07/03/2018	El missatge de Neymar després de caure eliminat de la Champions	http://www.marca.com/futbol
07/03/2018	Purito Rodríguez es multat per utilitzar el telèfon a la carretera	http://www.marca.com/ciclism
08/03/2018	Sergio Ramos sorpèn amb un nou look	http://www.marca.com/futbol
08/03/2018	Dani Alves critica a la premsa esportiva a les xarxes socials	http://www.marca.com/futbol
08/03/2018	Dani Alves respon a les declaracions de Mario Balotelli	http://www.marca.com/futbol
09/03/2018	Kleber, jugador de l'Estoril, presumeix de 43.000 euros	http://www.marca.com/futbol
10/03/2018	Leo Messi publica la primera fotografia del seu fill Ciro	http://www.marca.com/futbol
10/03/2018	Zou Feddal respon amb ironia a Montella, tècnic del Sevilla	http://www.marca.com/futbol
10/03/2018	L'homenatge de Stefano Sorrentino a Davide Astori	http://www.marca.com/futbol
10/03/2018	André Gomes s'entreté amb una màquina recreativa	http://videos.marca.com/v/0_1
10/03/2018	Rafael Varanne mostra el cop que ha rebut contra l'Eibar	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	Karim Benzema presenta les seves noves espinilleras	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	Esteban Granero prepara una iniciativa contra el càncer infantil	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	Diego Costa desprecia a Antonio Conte, entrenador del Chelsea	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	Neymar homenatja a Stephen Hawking amb una fotografia	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	Neymar s'entrena al gimnàs per recuperar-se de la seva lesió	http://www.marca.com/futbol
14/03/2018	El missatge d'André Gomes després d'eliminar al Chelsea	http://www.marca.com/futbol
16/03/2018	Rafa Nadal es recupera de la lesió a la piscina	http://www.marca.com/buzz/2
16/03/2018	El missatge d'ànim d'Alvaro Arbeloa a Filipe Luis després de lesionar-se	http://www.marca.com/futbol
17/03/2018	Antoine Griezmann bromeja amb el nou pentinat de Neymar Jr	http://www.marca.com/futbol
18/03/2018	Marcelo ensenya l'habitació on vivia quan va arribar a Madrid	http://videos.marca.com/v/0_1
18/03/2018	El nous tatuatges d'Angel Di Maria	http://www.marca.com/buzz/a
19/03/2018	Iñigo Calderón guanya la Superlliga índia	http://www.marca.com/futbol
19/03/2018	Giannis Antetokoumpo publica una fotografia amb la seva parella	http://www.marca.com/buzz/a
19/03/2018	Cristiano Ronaldo critica als que publiquen notícies falses sobre ell	http://www.marca.com/futbol
19/03/2018	Karim Benzema respon a Mathieu Valbuena per Instagram	http://www.marca.com/futbol
20/03/2018	El ball de Neymar Jr a la cama coixa en la festa de la seva germana	http://videos.marca.com/?intc
20/03/2018	Marc Bartra es grava cantant al cotxe amb la seva parella	http://www.marca.com/buzz/2
20/03/2018	Marcos Llorente penja una fotografia sense samarreta	http://www.marca.com/futbol
21/03/2018	Leo Messi protagonitza el nou anunci d'Adidas	http://www.marca.com/buzz/2
21/03/2018	Pierre Emerick Aubameyang viatge a Espanya per veure a la seva avia	http://www.marca.com/futbol
21/03/2018	Paulo Dybala va a un restaurant mexicà per dinar	http://www.marca.com/claro-r
21/03/2018	Iker Casillas descobreix el seu doble	http://www.marca.com/futbol
22/03/2018	Mateo Kovacic, Luka Modric i Ivan Rakitic van a veure un partit de l'NBA	http://www.marca.com/balonc
23/03/2018	Theo Hernández es pinta el cabell de color plata	http://www.marca.com/buzz/2
23/03/2018	Neymar Jr mostra el seu peu després de l'operació	http://videos.marca.com/v/0_1
26/03/2018	Ana Ivanovic ensenya el seu cos després del part	http://www.marca.com/buzz/a
26/03/2018	Sergio Ramos anuncia el naixement del seu tercer fill	http://www.marca.com/tirami

26/03/2018	Ivan Rakitic es fotografia amb Dirk Nowitzki	http://www.marca.com/balona
26/03/2018	Nelson Smeda s'entrena al gimnàs	http://www.marca.com/futbol
27/03/2018	Neymar Jr mostra l'estat del seu turmell	http://www.marca.com/claro-r
28/03/2018	Marco Asensio juga a bàsquet amb el seu germà	http://www.marca.com/futbol
28/03/2018	La fotografia del fill de Jesé Rodríguez	http://www.marca.com/tirami
29/03/2018	Gianluigi Buffon al·lucina amb una jugada de bàsquet	http://www.marca.com/balona
29/03/2018	La fotografia de Gerard Piqué amb Shakira	http://www.marca.com/tirami
31/03/2018	Lucas Castro, jugador del Chievo, dedica una cançó a la selecció argentina	http://www.marca.com/futbol