

TRABAJO FIN DE GRADO DE PERIODISMO

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PREPARACIÓN FÍSICA DEL FÚTBOL

Jorge Santos Almendros

RESUMEN: Las redes sociales en el mundo del fútbol son un elemento ampliamente utilizado en la preparación física. Existen factores demográficos, como la edad y el nivel de estudios, el papel desempeñado en el equipo y el dinero que se está dispuesto a invertir en preparación física que determinan la utilización de unas redes sociales u otras. Esta elección también se ve influida por las distintas áreas de interés en la preparación física de las personas vinculadas con el fútbol, siendo la nutrición el área que mayor interés despierta. Sin embargo, la publicación de contenido de creación propia en estas plataformas es escaso entre los jugadores, directivos y equipo técnico.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, preparación física, fútbol, futbolistas

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023/2024

Convocatoria: Junio

Tutor: José Gabriel Fernández Fernández

Grado: Periodismo semipresencial

Campus de Fuenlabrada

Universidad Rey Juan Carlos

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN.....	8
1.1	Objeto de estudio	9
1.2	Objetivos del estudio	9
1.2.1	Objetivo principal.....	9
1.2.2	Objetivos secundarios	9
2.	HIPÓTESIS	10
3.	METODOLOGÍA.....	11
4.	MARCO TEÓRICO.....	13
4.1	Evolución del uso de las redes sociales en el deporte	13
4.2	Redes sociales como plataforma de comunicación en el fútbol	15
4.2.1	Twitch, una nueva forma de comunicar en el mundo del fútbol.....	16
4.2.2	Kings league y su irrupción en las redes sociales	17
4.3	Influencia de las redes sociales en la preparación física.....	19
4.3.1	La salud integral de los jugadores en la era digital.....	20
4.4	Casos de estudio y ejemplos prácticos	21
4.4.1	Entrevista futbolista profesional.....	21
4.4.2	Entrevista preparador físico profesional	24
5.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	26
5.1	Descripción de la muestra	26
5.2	Análisis de las respuestas a la encuesta.....	28
5.2.1	Tiempo dedicado al día a la preparación física	29
5.2.2	Tiempo semanal dedicado a la búsqueda de información sobre preparación física en redes sociales.	30
5.2.3	Redes sociales o plataformas utilizadas para obtener información sobre la preparación física	30
5.2.4	Utilidad de la información recogida en las redes sociales para mejorar la preparación física.	33

5.2.5 Aspectos que suscitan mayor interés	34
5.2.6 Consideración de la importancia en la preparación física del fútbol.....	38
5.2.7. Obtención de ayuda profesional a través de redes sociales	39
5.2.8. Dinero dispuesto a invertir en profesionales de la preparación física y su influencia en la elección de redes sociales y temas de interés.	41
5.2.9. Seguimiento de profesionales y contenido sobre la preparación física en redes sociales	44
5.2.10. Contratación de profesionales a través de redes sociales	45
5.2.11. Aspectos de la preparación física en los que más ayudan las redes sociales	46
5.2.12. Redes sociales como medio de difusión personal.....	47
5.2.13. Importancia de la preparación física para el rendimiento en el campo.	49
6. DISCUSIÓN	50
6.1. Uso de redes y redes más utilizadas en la preparación física.....	50
6.2. Factores que determinan la elección de redes sociales.....	51
6.3. Relación entre el uso de redes sociales y áreas de interés en la preparación física.....	51
6.4. Publicación de contenido propio en redes.....	53
7. CONCLUSIONES.....	53
8. Bibliografía	55
ANEXO I: Encuesta enviada a través de Google Forms	58
ANEXO II Preguntas de la entrevista de Álvaro Vázquez, futbolista profesional	
65	
ANEXO III Preguntas de la entrevista a Manuel López, preparador físico	67

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribución por sexo	26
Gráfico 2: Histograma de frecuencias por edad (años)	26
Gráfico 3: Nivel de estudio de los participantes.....	27
Gráfico 4: Pertenencia al fútbol masculino o femenino	27
Gráfico 5: Situación profesional o amateur.....	28
Gráfico 6: Papel en el equipo	28
Gráfico 7: Tiempo diario dedicado a la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F).....	29
Gráfico 8: Tiempo semanal dedicado a la búsqueda de información en redes sociales sobre la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), fútbol masculino o femenino (D) y nivel de estudios universitarios o no (E), papel en el equipo (F)	30
Gráfico 9: Porcentaje de uso de redes sociales y plataformas para la búsqueda de información sobre preparación física.....	31
Gráfico 10: Redes o plataformas utilizadas en la búsqueda de información sobre la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios (F).	33
Gráfico 11: Utilidad de la información para mejorar preparación física	34
Gráfico 12: Utilidad de la información para mejorar la preparación física. Análisis por subgrupos	34
Gráfico 13: Aspectos considerados más interesantes.....	35
Gráfico 14: Aspectos más interesantes. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios (F).....	36
Gráfico 15: Porcentaje de uso en función del interés mostrado en nutrición (A), psicología (B), entrenamiento en gimnasio (C), entrenamiento en campo (D), readaptación de lesiones (E) y análisis (F).....	38

Gráfico 16: Importancia de la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F).....	39
Gráfico 17: Obtención de ayuda profesional en redes sociales	39
Gráfico 18: Obtención de ayuda profesional en redes sociales (respuestas afirmativas). Análisis por subgrupos.....	40
Gráfico 19: Consideran imprescindible la ayuda profesional para el rendimiento deportivo.....	40
Gráfico 20: Consideran imprescindible la ayuda profesional para el rendimiento deportivo. Análisis por subgrupos.	41
Gráfico 21: Dinero mensual dispuesto a invertir en ayuda de un profesional. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F).....	42
Gráfico 22: Proporción de participantes dispuestos a gastar más de 100€ en preparación física según utilicen o no las distintas redes sociales.....	43
Gráfico 23: Proporción de participantes dispuestos a gastar más de 100€ en preparación física según muestren interés o no en distintos aspectos de la preparación física.....	43
Gráfico 24: Seguimiento de profesionales en redes sociales	44
Gráfico 25: Seguimiento de profesionales en redes sociales. Análisis por subgrupos.....	44
Gráfico 26: Utilidad de la ayuda obtenida para la preparación física.....	45
Gráfico 27: Utilidad de la información obtenida para la preparación física. Análisis por subgrupos (n=91)	45
Gráfico 28: Consideración de las redes sociales para contratar profesionales de la preparación física.	46
Gráfico 29: Consideración de las redes sociales para contratar profesionales de la preparación física (% de respuestas afirmativas). Análisis por subgrupos. ...	46
Gráfico 30: Utilidad de la información obtenida en las redes sociales.....	47
Gráfico 31: Consideración de las redes sociales como herramienta para darse a conocer	47

Gráfico 32. Consideración de las redes sociales como herramienta para darse a conocer. Análisis por subgrupos	48
Gráfico 33: Publicación de contenido propio en redes sociales	48
Gráfico 34: Publicación de contenido propio en redes sociales (respuestas afirmativas). Análisis por subgrupos.....	49
Gráfico 35: Importancia de la preparación física para el rendimiento deportivo. Análisis por subgrupos	50

1. INTRODUCCIÓN

Como indica Sanjuán Muñoz (2020), la llegada de internet a nuestras vidas ha originado un antes y un después en el modelo de sociedad, sobre todo con la introducción de las diferentes redes sociales que han implicado un cambio en las relaciones entre personas. A través de ellas, los usuarios son capaces de establecer una conversación, compartir opiniones, fotografías o vídeos a nivel mundial de forma inmediata.

Por otro lado, el fútbol es uno de los deportes más populares en todo el mundo. Se puede jugar a nivel profesional o amateur, en un equipo grande o pequeño, en diferentes condiciones climáticas y en diferentes terrenos de juego. Sin embargo, la preparación física resulta fundamental en todas estas circunstancias. Esta resulta fundamental para obtener un máximo nivel que permita alcanzar el éxito en el juego ya que la habilidad técnica y táctica puede no ser suficiente (Construyendo fútbol, 2024).

En los últimos años, las redes sociales se han introducido de manera masiva en el ámbito deportivo y en concreto en el futbolístico. Esto ha propiciado que actualmente dispongamos de algunas herramientas que hace unos años ni se hubiera podido imaginar. De este modo se están ampliando las formas en las que los futbolistas pueden trabajar para lograr sus objetivos.

Las oportunidades que ofrecen las redes sociales son varias y dependen de cada entrenador o club. Pueden ayudar a aumentar la variedad del entrenamiento, mejorar las técnicas de los ejercicios, motivar al deportista, controlar el entrenamiento o poder contratar a profesionales a través de las diferentes plataformas (Beffa-Negrini, Cohen, & Miller, 2002).

Sin embargo, las redes sociales tienen sus peligros. A veces, en internet puede encontrarse información que prometen resultados milagrosos en un corto periodo de tiempo sin tener en cuenta a la persona que va dirigido dicho entrenamiento, su estado de salud o su experiencia previa. De esta manera, tal como indica Mujika (2012), no se cumplen los principios de entrenamiento deportivo: individualización, continuidad y sobrecarga. Pero, estos peligros se pueden evitar si el uso de las nuevas tecnologías está supervisado por parte de

un profesional cualificado que individualice el entrenamiento, realice una evaluación previa al futbolista y mantenga una comunicación constante con el jugador para conocer su evolución.

Las redes sociales han transformado la forma en la que los futbolistas gestionan su carrera y su preparación física. El poder contratar a un profesional de la dicha preparación física de manera online a través de las redes sociales les ha permitido acceder a expertos de manera global de todo el mundo, tener flexibilidad en el horario, personalizar el entrenamiento con un seguimiento remoto a través de redes sociales u otras plataformas de comunicación en línea y la interacción constante con su preparador ayuda al futbolista a mantenerle motivado y apoyado.

1.1 Objeto de estudio

El objeto de este trabajo es llevar a cabo un análisis sobre la información consumida en redes sociales por parte de jugadores, cuerpo técnico y directiva de equipos de fútbol y su repercusión en su preparación física.

1.2 Objetivos del estudio

1.2.1 Objetivo principal

El objetivo principal del trabajo presente es analizar los hábitos de consumo de información sobre preparación física en redes sociales por parte de jugadores y cuerpo técnicos en equipos de fútbol y su influencia sobre dicha preparación.

1.2.2 Objetivos secundarios

Para complementar el objetivo principal, se plantean otros objetivos secundarios:

- Analizar qué redes o plataformas utilizan los individuos incluidos en el estudio.
- Estudiar el tipo de información sobre preparación física que buscan en dichas plataformas.

- Valorar la existencia de factores socioeconómicos diferenciadores entre los usuarios de las distintas redes sociales.
- Investigar los hábitos de uso de las redes y plataforma.
- Considerar las relaciones entre la información obtenida en las redes sociales y sus hábitos de consumo y su preparación física.
- Evaluar la publicación de contenido propio relacionado con la preparación física.
- Comparar la información obtenida en los objetivos anteriores según distintos subgrupos (edad, sexo, papel en el equipo, situación profesional o amateur, desempeño en fútbol masculino o femenino y nivel de estudios).

2. HIPÓTESIS

Con estos objetivos planteados, en el trabajo presente se plantean las siguientes hipótesis:

- H1: El uso de redes sociales y plataformas digitales es elevado entre los miembros de los equipos de fútbol.
- H2: Las variables sociodemográficas (edad, sexo, nivel de estudios), los factores propios al fútbol (papel en el equipo, profesional o amateur), las distintas áreas de interés de los individuos y elementos económicos (dinero dispuesto a invertir en preparación física) determinan la elección de una red social determinada.
- H3: Hay aspectos dentro de la preparación física que suscitan mayor interés que otros entre personas relacionadas con el mundo del fútbol.
- H4: La frecuencia de publicación de contenido propio por parte de personas vinculadas con el fútbol es baja comparada con el interés que despierta la información sobre la preparación física y su importancia en el rendimiento en el campo.

3. METODOLOGÍA

En el trabajo presente se ha realizado una investigación sobre el uso de redes sociales y la información obtenida en ellas en una población de jugadores, cuerpo técnico y directivos de equipos de fútbol y su impacto en sus hábitos de consumo y preparación física.

Para ello, en primer lugar, se han realizado dos entrevistas personales, una a un jugador de fútbol profesional y otra a un preparador físico. Estas entrevistas fueron enviadas mediante correo electrónico de forma individual a estos sujetos. Las respuestas también fueron recibidas por este medio. El esquema de preguntas enviado se puede ver en los Anexos II y III.

En segundo lugar, se ha realizado una encuesta destinada a los miembros de equipos de fútbol. Se ha realizado y respondido mediante la plataforma "Google Forms". Para su difusión se han utilizado redes sociales (Instagram y X) y aplicación de mensajería instantánea (WhatsApp). En total se han obtenido 112 respuestas, siendo todas válidas para el análisis estadístico.

En la encuesta se incluían preguntas referidas a aspectos sociodemográficos (sexo, edad, papel en el equipo, nivel de estudios, situación profesional o amateur y si desempeñaba su función en el fútbol masculino o femenino). Se ha considerado como profesional a todas aquellas personas que tienen contrato laboral con el club de fútbol.

Tras estas preguntas se incluyeron otras referidas a los hábitos de uso de redes sociales, tipo de información obtenida, hábitos de consumo y preparación física. Se utilizaron preguntas de respuesta única, respuestas de opción múltiple y otras de escala numérica. Todas las preguntas eran de respuesta obligatoria.

El detalle del cuestionario se puede ver en el Anexo I.

Las respuestas obtenidas fueron analizadas mediante el programa "IBM SPSS STATISTICS v.26". En primer lugar, se analizó la normalidad de las variables

numéricas mediante el test de Kolmogórov-Smirnov. Dada la distribución no normal se utilizaron test no paramétricos para el análisis estadístico.

En primer lugar, se llevó a cabo un estudio descriptivo de la muestra para las variables sociodemográficas. En el caso de las variables cualitativas el resultado se expresa en forma de porcentaje y en el caso de las variables cuantitativas se han utilizado la mediana como medida central y el rango intercuartílico como medida de dispersión de los datos.

Seguidamente se ha realizado un análisis de las respuestas obtenidas en las preguntas referidas al uso de redes sociales y su impacto en el consumo y preparación física de los individuos incluidos. Para tal fin se ha realizado un análisis global de cada una de las preguntas y un análisis por subgrupos (edad mayor o menor de 23 años, sexo, papel en el equipo (jugador vs cuerpo técnico o directiva), nivel de estudios (universitarios o no), desempeño en fútbol masculino o femenino y pertenencia a fútbol profesional o amateur).

Se ha establecido un punto de corte de 100€ en el dinero que los participantes están dispuestos a gastar en su preparación física para las distintas comparaciones en las que se ha tenido en cuenta este aspecto.

Para la comparación de variables cualitativas (subgrupos en los que se dividió la muestra) y variables cuantitativas (puntuación en las respuestas de la encuesta) se utilizó el test "U de Mann Whitney". En todos estos análisis se estableció como predeterminado para alcanzar la significación estadística un intervalo de confianza del 95%.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 EVOLUCIÓN DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL DEPORTE

Ellison (2007) define que una red social es un servicio en el que se permite a los individuos poder construir un perfil público o semipúblico dentro un sistema delimitado, articular otros usuarios mediante una lista con los que se comparten una conexión, y observar y recorrer su propia lista de conexiones y de las llevadas a cabo por otros dentro del sistema.

Las redes sociales surgieron de una combinación de tecnologías de Internet. La necesidad del ser humano de poder conectarse y compartir, y el propio desarrollo de las plataformas que facilitaban estas interacciones en línea.

Aunque Internet comenzó como una red de comunicación en línea en la década de 1960, se convirtió en una herramienta más accesible para el público en la década de 1990 con la creación del *World Wide Web*. Entre 1980 y 1990, surgieron comunicaciones en línea como Usenet, Bulletin Board Systems y servicios como AOL (Editorial Etecé, 2023).

En 1997, Six Degrees fue lanzada como la primera plataforma que permitía a los usuarios crear perfiles y lista de amigos en línea y en los primeros años del siglo XXI, plataformas como Friendster (lanzada en 2002), My Space (lanzada en 2003 y LinkedIn (lanzada en 2003) dieron forma al concepto moderno de redes sociales en el que permitían a los usuarios conectarse con amigos, compartir contenido y expandir sus redes profesionales (Ramos, 2022).

Tras los primeros años de las redes sociales, especialmente a fines de la década del 2000, los deportistas y equipos comenzaron a introducir su presencia en plataformas como Facebook y Twitter. La idea principal inicial era la construcción de seguidores y la difusión de contenido básico como noticias, actualizaciones de eventos y resultados de partidos tal y como aclara Gutiérrez (2014).

Con el tiempo, la cantidad y la variedad de plataformas de redes sociales creció enormemente, en las que se incluyen Instagram, Snapchat, YouTube y TikTok.

Esto permitió a los deportistas y equipos diversificar su presencia en línea y adaptarse a diferentes formatos de contenido, como fotos, videos cortos, transmisiones en vivo y contenido interactivo.

A medida que las redes sociales se convirtieron en un componente crucial de la cultura digital, los deportistas y equipos comenzaron a profesionalizar su enfoque en las redes sociales, según sostiene Herrera (2011). Aparecieron estrategias específicas de gestión de redes sociales, que incluían la contratación de especialistas en medios digitales y la colaboración con agencias de marketing para optimizar su presencia en línea.

Una de las principales ventajas de las redes sociales en el deporte es la capacidad de los deportistas y equipos para interactuar directamente con sus seguidores. Esto incluye responder preguntas, participar en chats en directo, compartir contenido detrás de escena y organizar concursos y sorteos.

Las redes sociales han permitido a los deportistas y equipos convertirse en narradores de sus propias historias, mostrando aspectos de sus vidas fuera del campo, como entrenamientos, viajes, momentos personales y actividades benéficas. Esto ha contribuido a humanizar a los deportistas y a construir relaciones más sólidas con los aficionados.

Del mismo modo han transformado la forma en que se cubren los eventos deportivos, con periodistas utilizando plataformas como X para informar en tiempo real sobre noticias, lesiones, alineaciones y sucesos. También, han influido en la producción de noticias, ya que las historias a menudo surgen primero en línea a través de fuentes directas antes de ser recogidas por los medios tradicionales.

Para muchos deportistas, las redes sociales se han convertido en una plataforma para obtener ingresos a través de patrocinios, publicidad y asociación. Los deportistas influyentes con grandes audiencias pueden negociar acuerdos lucrativos para su promoción (Arnau, 2016).

El futuro del uso de las redes sociales en el deporte probablemente implicará una mayor integración de tecnologías emergentes como la realidad aumentada, la realidad virtual y el contenido generado por inteligencia artificial.

Además, es probable que las plataformas de redes sociales continúen evolucionando para adaptarse a las cambiantes preferencias de los usuarios y las demandas del mercado.

4.2 REDES SOCIALES COMO PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN EN EL FÚTBOL

Las redes sociales y el fútbol están unidos. Las plataformas se han transformado en una de las fuentes de información más frecuente para la población. Según el informe de la Universidad de Oxford realizado por Newman (2023), el consumo de los medios tradicionales como puede ser la compra de un periódico ya no es tan habitual y ha dado paso al consumo de los medios digitales. El 39% de la población española recurre a sitios como Facebook, Instagram o X como medio para informarse.

Las redes sociales son el medio ideal para promocionar el fútbol. Tanto es así, que muchos de los periodistas utilizan este medio como lugar en el que dar las últimas noticias. En la actualidad, Fabrizio Romano es un periodista deportivo que ha obtenido una gran importancia y repercusión al dar exclusivas futbolísticas a través de las redes sociales (Unisport Management School, 2023).

La promoción del fútbol en las redes se está reinventando de forma permanente. Varios clubes como el Manchester City o Celta de Vigo utilizan plataformas como YouTube para enseñar la rutina diaria del equipo. Aunque, también disponen de otras estrategias para la difusión de este deporte. Equipos como el Getafe CF utilizan las retransmisiones en directo. Marcas importantes a nivel mundial de ropa y complementos futbolísticos como Futbol Emotion utilizan plataformas como TikTok para subir retos y dar a conocer su producto a través de futbolistas de renombre. Otros muchos clubes como el Atlético de Madrid, FC Barcelona o Real Madrid las utilizan para subir en directo las conferencias de prensa entre otras muchas utilidades en las que destacan concursos, campañas o encuestas.

Como afirma Moreno (2018) dentro de este apartado, “las redes sociales pueden ser un canal de venta, pero no directamente. En ellas se atrae (*pull*) y no se recomienda vender como en un anuncio de televisión (*push*)”.

El alcance de los medios digitales está derivando a un impacto directo en la economía de la industria. Los patrocinadores buscan estar presente en las redes de unidos a equipos de fútbol y prestigiosos deportistas. La visibilidad a nivel mundial que generan las plataformas digitales no solo se ve favorecido a nivel monetario, sino también a niveles promocionales.

4.2.1 TWITCH, UNA NUEVA FORMA DE COMUNICAR EN EL MUNDO DEL FÚTBOL

Twitch es una plataforma estadounidense que pertenece en propiedad a Amazon y permite realizar transmisiones en directo.

Hasta no hace mucho tiempo, una cantidad considerable de partidos de fútbol eran ofrecidos en abierto a los aficionados. Sin embargo, la acción de ver fútbol se ha convertido en una actividad mayoritariamente de pago. Este suceso ha derivado a que muchas personas se hayan alejado de forma paulatina de los medios tradicionales en la búsqueda de contenido deportivo. En particular, tal y como se informa en el Blog de Marketing (2023), Twitch ha sido el lugar en el que muchos de estos aficionados han llegado.

Un ejemplo de este acontecimiento se encuentra en la emisión en abierto de la Copa América y del debut de Lionel Messi con el PSG a través del canal de Ibai Llanos en esta plataforma. El streamer español y su equipo han obtenido cotas de visitas muy numerosas e impactantes.

El impacto que se ha creado a través de esta plataforma, de acuerdo con Tejedor (2023), ha llegado a tal nivel que medios importantes como DAZN, Marca, El Chiringuito o periodistas deportivos como Miguel Ángel Román o Rubén Martín retransmiten en directo a través de sus canales para informar sobre la actualidad deportiva y futbolística.

Las cifras de visitas no han parado de subir y estos profesionales han ido especializándose. El mencionado Ibai Llanos y el conocido ex jugador de fútbol Gerard Piqué organizaron la irrupción de las retransmisiones deportivas desde Twitch comprando los derechos de imagen de los partidos del PSG en la liga francesa y de la Copa América. Esto permitía a millones de personas poder ver a sus ídolos de forma gratuita a través de una red social.

El mismo Ibai en su canal creaba una sección denominado “Charlando tranquilamente” que consistía en entrevistar en directo a través de esta plataforma a personas conocidas y con repercusión. Por estas entrevistas han pasado jugadores con una amplia trayectoria en el mundo del fútbol como Sergio Ramos, Andrés Iniesta o Sergio Agüero. Todos coincidían en lo bien que se sentían en el directo al poder realizarla de forma libre, natural y sin ninguna presión y a la vez las personas que lo estaban visualizando podían interactuar con sus ídolos.

Estas retransmisiones demostraban que muchos de los jóvenes están interesados en seguir viendo partidos y es que parece que el formato ha sido la clave para atraer a las nuevas generaciones, en concreto a la generación Z.

4.2.2 KINGS LEAGUE Y SU IRRUPCIÓN EN LAS REDES SOCIALES

La Kings League ha entrado con fuerza en las redes sociales con un formato innovador de fútbol. El presidente de dicha liga es Gerard Piqué que se ha aliado con doce streamers principales de habla hispana y ha fundado una competición interactiva, abierta al público y con normas peculiares. Aunque quien está detrás del proyecto es Kosmos, empresa que está enfocada en la innovación del deporte y el entrenamiento.

Se desarrolla en un campo de fútbol 7 con césped artificial y los partidos se retransmiten en directo a través de las redes sociales como Twitch, YouTube o Tiktok de forma gratuita. Además, cuentan con dos programas más que también se retransmiten el día previo a la competición en el que se habla de todas las previas y horarios de los partidos y el día después del partido en el que tratan

temas como los resultados, sanciones u otros temas de relevancia sobre la competición.

Piqué aclara en una entrevista en Newtral.es que su objetivo era cambiar por completo el concepto de este deporte “Un proyecto donde puedas acceder a los vestuarios, ver cómo hablan los jugadores, cómo los propietarios negocian fichajes, participar activamente, hacerlo accesible”.

Los equipos están compuestos por diez jugadores que fueron elegidos a través de un draft. Pero, los presidentes de sus equipos pueden elegir un jugador once y doce. Esto ha permitido que jugadores con un gran nombre puedan jugar esta liga. Es el caso de Chicharito, Saviola, Capdevila entre otros.

Se ha creado un importante impacto y se ha visto reflejado en las audiencias. En sus primeros meses se llegó a alcanzar el millón de personas viendo la jornada en directo. Además, en la plataforma de Twitch, los datos revelan que ha sido el canal del mundo con más audiencia media y uno de los canales de la red social con mayor pico de audiencia en la historia. También, los jugadores que han destacado en el juego han atraído el interés de marcas importantes lo que demuestra el potencial del fútbol y las redes sociales tanto para crear contenido para las personas como para oportunidades los jugadores o las marcas (Villar, 2023).

Han logrado generar interés y seguidores a través de las redes sociales y de las plataformas en línea en un fútbol diferente e innovador que ha conseguido enlazar el fútbol con las redes sociales y plataforma del momento.

Sin embargo, la preparación física sigue siendo un aspecto clave en este espectáculo. Al ser un campo de fútbol reducido, el ritmo de juego es alto en el que constantemente están sucediendo acciones peligrosas o goles. Los jugadores necesitan tener una buena resistencia cardiovascular para mantenerse activos y a un buen rendimiento durante todo el partido. Del mismo modo, los jugadores deben estar físicamente fuertes para poder resistir a las demandas físicas que les requiere las normas peculiares de la competición.

4.3 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PREPARACIÓN FÍSICA

Tal y como decía Enrico Marini (2018) en su tesis doctoral, en la era digital las redes sociales han desatado una revolución en la forma en la que se lleva a cabo en el mundo del fútbol la preparación física. Las plataformas que de forma inicial se percibía como herramientas de comunicación y entretenimiento, han ido evolucionando para ser una fuente invaluable de información, inspiración y colaboración en el ámbito futbolístico. Han transformado de forma radical la forma en que los jugadores se preparan físicamente para enfrentarse a todas las demandas que se van a encontrar en el campo de fútbol.

Uno de los grandes aspectos que ofrecen las redes sociales a la preparación física del fútbol es un acceso sin precedentes recursos, contenidos e información. Entrenadores, preparadores físicos, nutricionistas, psicólogos y jugadores de todo el mundo comparten planes de entrenamiento, entrenamientos específicos, consejos de nutrición, ayudas en el aspecto mental y técnicas de recuperación a través de plataformas como Instagram, YouTube, Twitter y TikTok. Esta democratización del conocimiento permite que incluso los equipos con mayores limitaciones se beneficien de las últimas tendencias en la preparación física (Gómez, 2020).

Las redes sociales también son una fuente constante de inspiración y motivación para jugadores de todas las edades y niveles. A través de perfiles de jugadores profesionales, entrenadores conocidos y expertos en la preparación física, los futuros futbolistas pueden tener una visión privilegiada a los planes de entrenamiento de sus ídolos y encontrar la motivación necesaria para alcanzar sus objetivos físicos. La capacidad de ver los logros, evolución y los procesos de los demás es un poderoso estímulo para estar comprometido en el entrenamiento y el acondicionamiento físico.

Las redes sociales han facilitado que los expertos en fútbol de todo el mundo colaboren e intercambien ideas y opiniones entre profesionales del fútbol en todo el mundo. Gracias a grupos y comunidades en plataformas como Instagram, Twitter, Twitch o YouTube, entrenadores y preparadores físicos pueden

conectarse, compartir experiencias y discutir las últimas investigaciones referentes a la preparación física. Esta colaboración global promueve la innovación y desarrollo de nuevos métodos y técnicas de entrenamiento en beneficio de todas las partes relacionadas con el mundo futbolístico.

Muñoz (2019) subraya que otro aspecto clave de la revolución de las redes sociales en la preparación física del fútbol es la capacidad de individualizar, adaptar y personalizar los horarios de entrenamiento según las necesidades individuales. Por medio de programas de entrenamiento en línea y aplicaciones móviles, los jugadores tienen acceso a programas de entrenamiento individualizado en cualquier franja horaria que están diseñados por expertos de la preparación física sin necesidad de desplazarse hasta el lugar de entrenamiento de dicho preparador físico. Cada programa de entrenamiento está diseñado para cada jugador en concreto y tiene en cuenta factores como la posición en el campo, el nivel de habilidad, la edad, lesiones previas, limitaciones físicas y las metas específicas a conseguir por parte del jugador. Esto garantiza un enfoque personalizado y efectivo para mejorar el rendimiento físico en el campo (Pérez, 2024).

4.3.1 LA SALUD INTEGRAL DE LOS JUGADORES EN LA ERA DIGITAL

En la intersección de las redes sociales, el fútbol y el preparador físico, surge un tema importante pero que a menudo se pasa por alto: la salud general de los deportistas. Los problemas relacionados con la salud mental son bastante frecuentes entre los jugadores de fútbol (Fernández, 2023).

En la era digital en la que capturamos, consumimos y comercializamos los eventos deportivos más populares del mundo a través de las redes sociales, es importante considerar cómo estos eventos pueden afectar la salud y el bienestar de los futbolistas.

Las redes sociales han mejorado la conexión global entre jugadores y aficionados, pero también han abierto una ventana a los desafíos de salud mental. Si bien promover el fútbol a través de estos eventos puede ser divertido y gratificante, también puede ejercer una presión adicional sobre los futbolistas

para que mantengan su rendimiento y su imagen. La atención de la salud mental es esencial en un entorno donde la exposición constante a Internet puede aumentar el estrés y la ansiedad.

Las redes sociales brindan oportunidades de promoción y marketing futbolístico sin precedentes para clubes y jugadores, también desempeñan un papel importante en la promoción del bienestar físico. Los equipos y jugadores pueden utilizar estas plataformas para compartir información sobre entrenamiento, nutrición y seguridad, educando a los aficionados sobre la importancia de un estilo de vida saludable. Además, pueden motivar a una audiencia global a realizar actividad física y adoptar hábitos saludables (Martin, 2022).

El compromiso con los aficionados a través de las redes sociales puede ser una herramienta poderosa para promover la salud emocional de los jugadores. Al compartir experiencias personales, opiniones y gustos, los jugadores pueden mostrar su lado más humano y conectarse emocionalmente con sus seguidores. Esta conexión puede generar un sentido de apoyo y comunidad que contribuya al bienestar emocional de los jugadores, haciéndolos sentir respaldados y valorados más allá de su desempeño en el campo.

Las redes sociales también pueden ser un vehículo para la innovación en la preparación física de los jugadores. Los equipos y los entrenadores pueden compartir técnicas de entrenamiento innovadoras, ejercicios de recuperación y consejos de prevención de lesiones a través de plataformas como Instagram y YouTube. Esta información accesible puede ayudar a mejorar el rendimiento de los jugadores y reducir el riesgo de lesiones, contribuyendo así a su salud y longevidad en el deporte.

4.4 CASOS DE ESTUDIO Y EJEMPLOS PRÁCTICOS

4.4.1 ENTREVISTA FUTBOLISTA PROFESIONAL

Álvaro Vázquez es un jugador profesional de fútbol que ha tenido una carrera destacada en el mundo del fútbol. Ha jugado 170 partidos en primera división en

dos de los clubes con más importancia en el territorio español como lo son el RCD Espanyol y Getafe CF.

Además, ha jugado en la máxima categoría del fútbol inglés, la Premier League con el Swansea y en la máxima categoría del fútbol indio con el Goa y Kerala Blasters.

El delantero español ha conseguido representar a la selección española en categorías inferiores. Destaca el título conseguido en el europeo sub 21 y lograr ser el máximo goleador del combinado español en el mundial sub 20.

En una conversación exclusiva, Álvaro Vázquez, actual delantero del Linares Deportivo, compartió como las redes sociales han conseguido transformar y alargar su carrera deportiva, proporcionándole acceso a un equipo de profesionales especializados que anteriormente era difícil de alcanzar. "Las redes sociales han sido una verdadera revolución en mi carrera", afirmó Álvaro. "Antes, tener a profesionales como un entrenador personal, un nutricionista o un psicólogo era todo un desafío. Las reuniones presenciales a menudo se entrelazaban con mi apretada agenda de entrenamiento y partidos. Pero con la llegada de las plataformas digitales, ahora puedo conectarme con expertos de todo el mundo de manera rápida y sencilla".

Esta facilidad para poder acceder a profesionales especializados ha derivado a que Vázquez pueda disponer de dichos profesionales a través de las redes sociales y ha tenido un gran impacto en su preparación física, mental y nutricional. "La preparación física es esencial en nuestro deporte", aclaró. "El fútbol es un juego muy exigente en el que se necesita resistencia, velocidad, fuerza y agilidad. Estar en buena forma tanto física, como mental y el poder alimentarse de forma correcta no solo mejora el rendimiento en el campo, sino que también reduce el riesgo de lesiones y alarga tu carrera deportiva".

El español recordaba un momento específico en el que seguimiento que tenía con su nutricionista a través de las redes sociales tuvo un impacto considerable en su rendimiento deportivo: "Estábamos disputando una serie de partidos muy intensos y seguidos, mi nivel de energía empezaba a decrecer. Gracias a mi

nutricionista y a su seguimiento en línea, pudimos ajustar mi dieta para asegurar que estaba recibiendo los nutrientes y energía necesaria para estar a mi nivel y seguir en buenas condiciones físicas durante esos momentos clave de la temporada. Estos ajustes se tradujeron en un aumento considerable en mi resistencia y una mejora de mi rendimiento en el campo en los momentos importantes de la temporada”.

Además de la preparación física, las redes sociales también han cambiado la forma en que los jugadores se conectan con los aficionados. Álvaro habló sobre este cambio: "Antes, la visibilidad de un jugador se limitaba principalmente a lo que sucedía en el campo y a la cobertura mediática tradicional. Pero ahora, gracias a las redes sociales, los jugadores tenemos la oportunidad de compartir nuestro día a día directamente con los seguidores. Esto nos permite construir una relación más cercana y auténtica con los aficionados, lo que a su vez puede tener un impacto positivo en nuestra imagen pública y en nuestras oportunidades de patrocinio y publicidad”.

Sin embargo, junto con los aspectos positivos, el atacante reconoce los desafíos que surgen al estar expuesto en las redes sociales, especialmente las críticas y comentarios negativos cuando el rendimiento no es el que se espera. "Tener críticas y comentarios negativos es parte inevitable de nuestra profesión", confesó. "Pero he aprendido a utilizarlos de manera constructiva para que no me afecten. Me centro en mi trabajo y en seguir mejorando día a día, en lo que yo puedo controlar, en lugar de preocuparme por las opiniones externas. En este aspecto tengo que estar agradecido a mi psicólogo. Lo conocí a través de una red social y ahora mismo lo considero como un hermano. Está disponible siempre para poder conectarse a través de la plataforma que utilizamos para que yo pueda desahogarme y él me ayude con sus técnicas que me hacen poder estar a pleno rendimiento. Además, busco el apoyo de mi equipo, mi familia y mis amigos cercanos para mantenerme enfocado en lo que realmente importa”.

4.4.2 ENTREVISTA PREPARADOR FÍSICO PROFESIONAL

Durante una entrevista exclusiva, Manuel López, preparador físico y readaptador de lesiones del Atlético de Madrid, compartió detalles sobre su adaptación durante la pandemia del COVID-19 y el impacto de las redes sociales en su trabajo. López, quien antes de la crisis sanitaria se enfocaba en trabajar directamente con los jugadores profesionales de forma presencial, reveló cómo encontró nuevas formas de llegar a ellos a través de plataformas digitales.

"Antes de la pandemia, mi enfoque estaba centrado en trabajar directamente con los jugadores del Atlético de Madrid", comenzó López. "Trabajaba con ellos de manera personalizada, teniendo en cuenta sus necesidades específicas y diseñando planes de entrenamiento adicionales para maximizar su rendimiento físico y ayudarles en su proceso de recuperación de lesiones".

Sin embargo, cuando la pandemia del COVID-19 obligó a imponer restricciones de viaje y medidas de distanciamiento social, López se vio obligado a replantearse su forma de trabajar. "La pandemia realmente alteró nuestra forma de trabajar", admitió. "De repente, ya no podía mantener el contacto físico directo con los jugadores, lo que presentó un desafío significativo".

Determinado a encontrar una solución, López recurrió a las redes sociales y las plataformas digitales para seguir brindando apoyo a los jugadores, incluso a aquellos que estaban fuera de Madrid. "Decidí aprovechar al máximo las redes sociales y las plataformas digitales disponibles", explicó. "Comencé a compartir mi programa de entrenamiento en plataformas como Twitter, Instagram y TikTok. Esto me permitió continuar brindando apoyo a los jugadores, incluso a aquellos que estaban fuera de Madrid".

El aspecto central de esta adaptación fue el desarrollo de un programa online completo que proporcionaba a los jugadores acceso a videos de ejercicios en gimnasio detallados, instrucciones específicas y consejos de preparación física. "Los jugadores podían acceder a este programa desde cualquier lugar del mundo y seguirlo según su conveniencia", destacó López.

"La respuesta de los jugadores fue realmente gratificante", compartió López. "Muchos de ellos comenzaron a seguirme en redes sociales y a utilizar mi programa de entrenamiento online. Esto me permitió trabajar con futbolistas de diferentes partes del mundo, algo que antes no habría sido posible debido a las limitaciones geográficas".

Los resultados de esta transición han sido extraordinarios. "Los jugadores informaron un aumento significativo en su rendimiento en el campo y una mayor confianza en sí mismos", enfatizó López. "Además, desde el punto de vista económico, esta transición ha sido muy beneficiosa para mí, ya que he podido expandir mi alcance y aumentar mis ingresos de manera considerable".

En última instancia, la historia de Manuel López durante la pandemia del COVID-19 sirve como un recordatorio poderoso de la importancia de adaptarse a los tiempos cambiantes y encontrar nuevas formas de alcanzar el éxito. Al combinar hábilmente las redes sociales con su experiencia en preparación física, López no solo ha logrado mantenerse relevante en un mundo en constante evolución, sino que también ha ampliado su impacto de manera significativa.

La integración de las redes sociales en su programa de preparación física no solo ha permitido a López llegar a una audiencia más amplia de jugadores de fútbol en todo el mundo, sino que también ha mejorado la accesibilidad y la personalización de sus servicios. Al ofrecer un programa online completo y proporcionar instrucciones detalladas a través de plataformas digitales, ha eliminado las barreras geográficas y ha brindado a los jugadores la oportunidad de mejorar su rendimiento desde cualquier lugar del mundo.

En un mundo cada vez más conectado digitalmente, la combinación de las redes sociales y la preparación física no solo es una estrategia inteligente, sino que también se ha convertido en un requisito fundamental para aquellos que desean destacar en el campo de juego y en las plataformas online. Como demuestra la historia de Manuel López, la capacidad de adaptarse y abrazar la tecnología puede marcar la diferencia entre el éxito y la irrelevancia en el mundo del deporte moderno.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Descripción de la muestra

En total se obtuvieron 112 respuestas a la encuesta enviada.

Del total de las respuestas, el 90,2% pertenecían a varones.

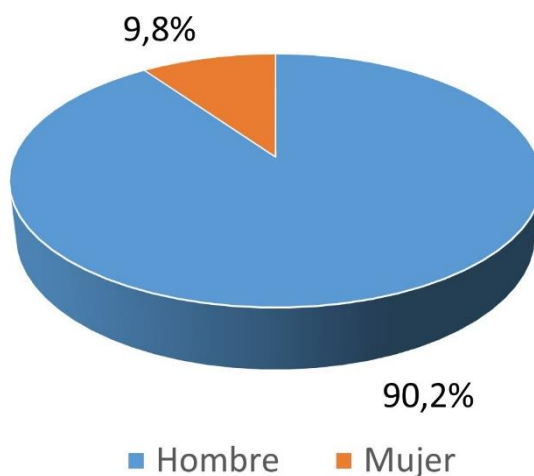


Gráfico 1: Distribución por sexo

En el total de la muestra de respuestas la edad presentaba una mediana de 26 años (22-39). En el siguiente gráfico se incluyen las frecuencias obtenidas para cada edad.

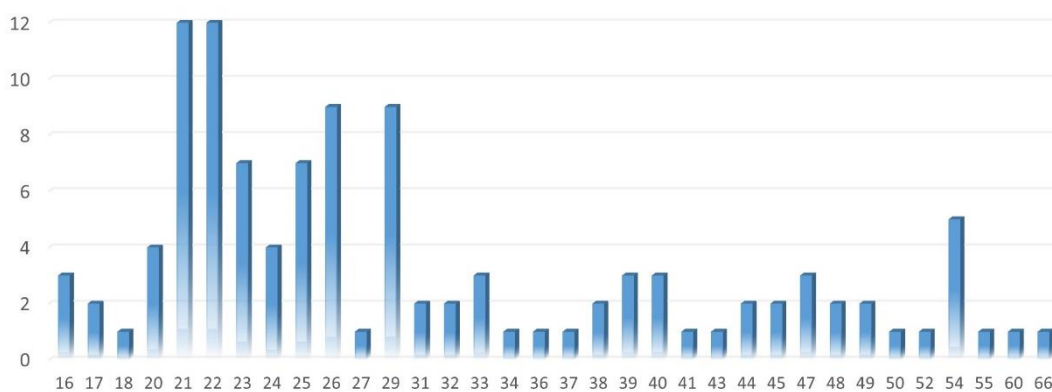


Gráfico 2: Histograma de frecuencias por edad (años)

En cuanto al nivel de estudios, las respuestas que se obtuvieron pueden verse en el siguiente gráfico.

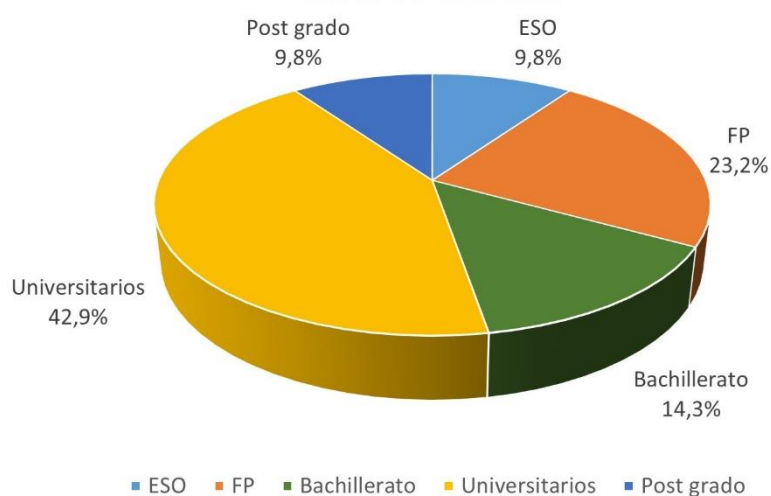


Gráfico 3: Nivel de estudio de los participantes

A continuación, se describen variables relacionadas con la situación futbolística de los participantes.

El 90,2% de las personas que respondieron a la encuesta pertenecen al fútbol masculino. El 9,8 corresponden al fútbol femenino.

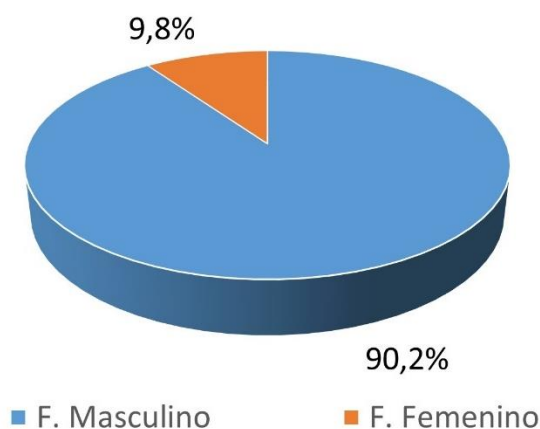


Gráfico 4: Pertenencia al fútbol masculino o femenino

El 57.1% de los participantes pertenecían al fútbol profesional. El 42,9 restante al fútbol amateur.

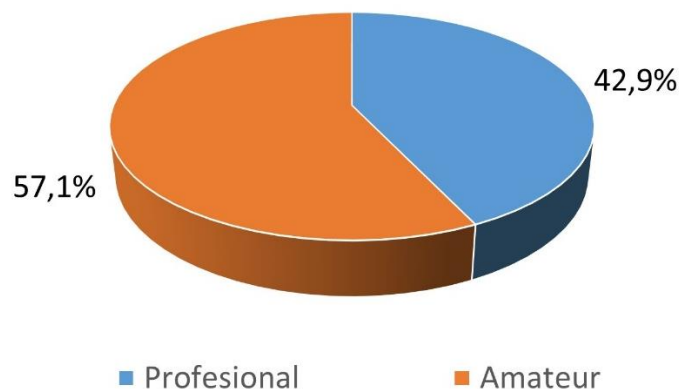


Gráfico 5: Situación profesional o amateur

En cuanto al papel desempeñado en el equipo, el 60,8% de los participantes eran jugadores, perteneciendo el resto al cuerpo técnico o directiva del club.



Gráfico 6: Papel en el equipo

5.2 Análisis de las respuestas a la encuesta

Seguidamente se incluyen los resultados globales y por los distintos subgrupos para cada una de las preguntas de la encuesta.

5.2.1 Tiempo dedicado al día a la preparación física

La mediana del tiempo dedicado al día a la preparación física por parte de los participantes en la encuesta fue de 2 (1-3) horas.

En el análisis por subgrupos sólo se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre aquellos que jugaban al fútbol a nivel profesional (3 (2-3)) y aquellos que lo juegan a nivel amateur (1 (1-2)) ($p < 0,001$).

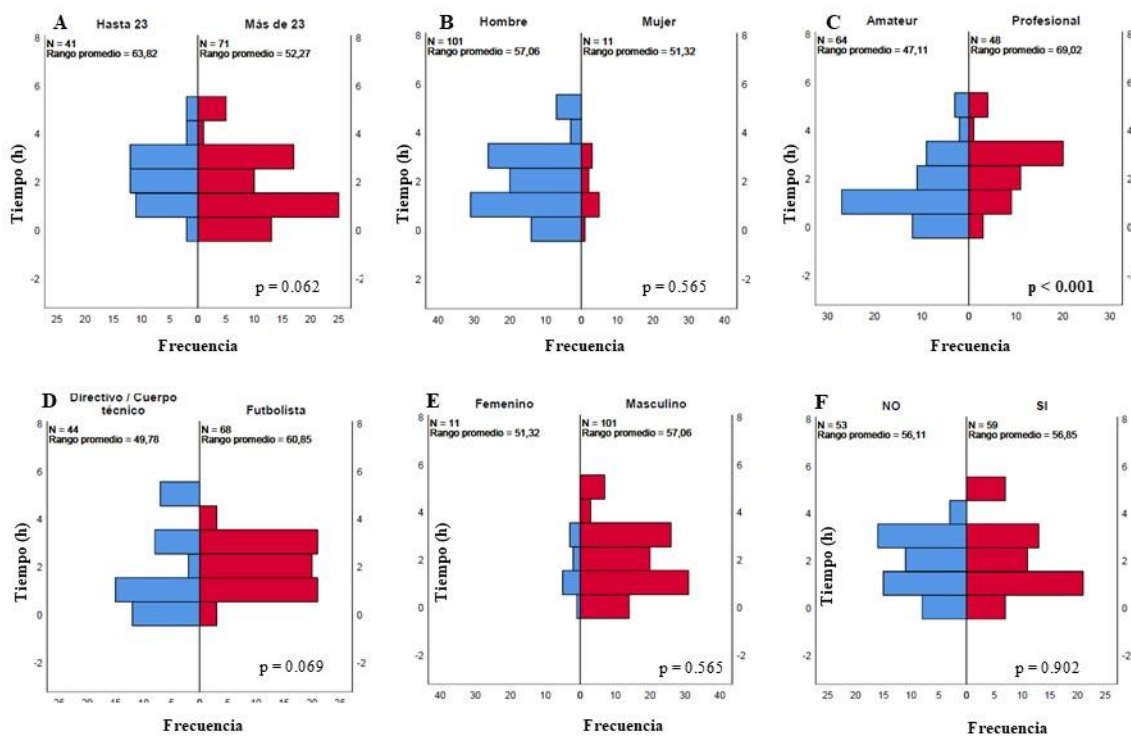


Gráfico 7: Tiempo diario dedicado a la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F)

5.2.2 Tiempo semanal dedicado a la búsqueda de información sobre preparación física en redes sociales.

La mediana de tiempo dedicado a la búsqueda de información sobre preparación física en redes sociales por el conjunto de la muestra fue de 1 (0 – 2.75) horas a la semana.

No se observaron diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los subgrupos predeterminados.

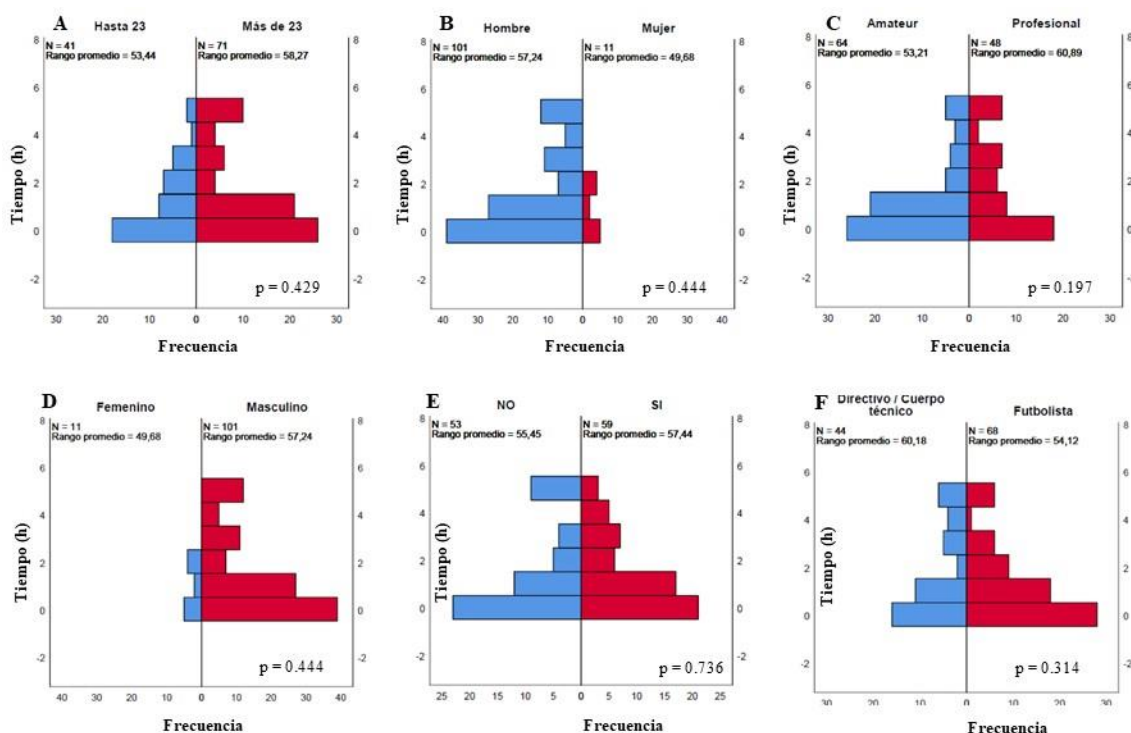


Gráfico 8: Tiempo semanal dedicado a la búsqueda de información en redes sociales sobre la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), fútbol masculino o femenino (D) y nivel de estudios universitarios o no (E), papel en el equipo (F)

5.2.3 Redes sociales o plataformas utilizadas para obtener información sobre la preparación física

En esta pregunta se permitía marcar múltiples opciones entre las respuestas ofrecidas.

La red social más utilizada por los participantes en la encuesta fue Instagram (69,6%), seguida de YouTube (42,9%). Más alejados quedaron los podcasts (29,5%), páginas web y X (Twitter) (ambas con 28,6%) y Facebook (8,9%). Un 6,3% de los encuestados afirmaba no utilizar ninguna de estas opciones y un 21,4% utilizada además otras plataformas o redes no incluidas entre las opciones.

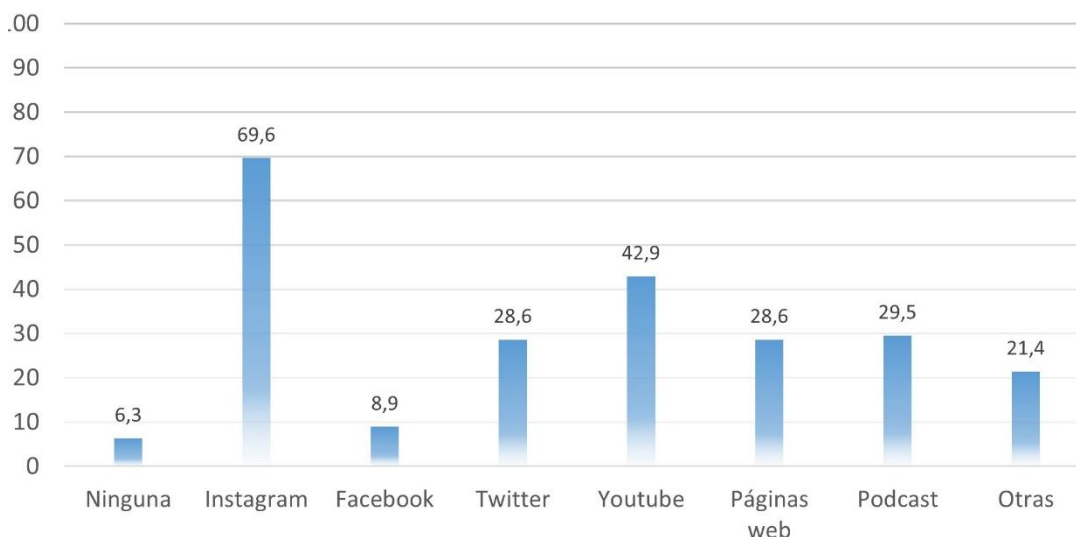


Gráfico 9: Porcentaje de uso de redes sociales y plataformas para la búsqueda de información sobre preparación física

Al realizar el análisis por subgrupos se observaron diferencias estadísticamente significativas en cuanto a un mayor uso de X (Twitter) entre aquellos mayores de 23 años comparados con aquellos menores de esa edad (35% vs 17%, $p=0,041$). El uso de X también fue mayor entre los futbolistas profesionales que entre los amateurs (34% vs 14%, $p<0,001$) y entre los directivos y cuerpo técnico comparado con los jugadores (34% vs 25%, $p=0,041$).

Además, destacó la diferencia observada en el uso de Instagram entre los futbolistas comparado con el realizado entre los directivos y cuerpo técnico (82% vs 50%, $p<0,001$). No hubo diferencias en cuanto al uso de Instagram entre el resto de subgrupos analizados.

También se objetivaron diferencias en el uso de Facebook entre los futbolistas amateur frente a los profesionales (14% vs 2%, $p=0,028$). Esta red social también

es más utilizada por los directivos y cuerpo técnico que por los jugadores (18% vs 3%, $p=0,006$).

Otras diferencias observadas fueron el mayor uso de páginas web entre los directivos y cuerpo técnico frente a los jugadores (43% vs 19%, $p=0.006$) y entre universitarios y no universitarios (37% vs 19%, $p=0,031$).

Fue más frecuente que los no universitarios no utilizaran ninguna red social comparados con los universitarios (11% vs 2%, $p = 0,036$).

Sin embargo, no hubo ninguna diferencia entre las redes utilizadas entre hombres y mujeres ni si los participantes pertenecían al fútbol masculino o femenino.

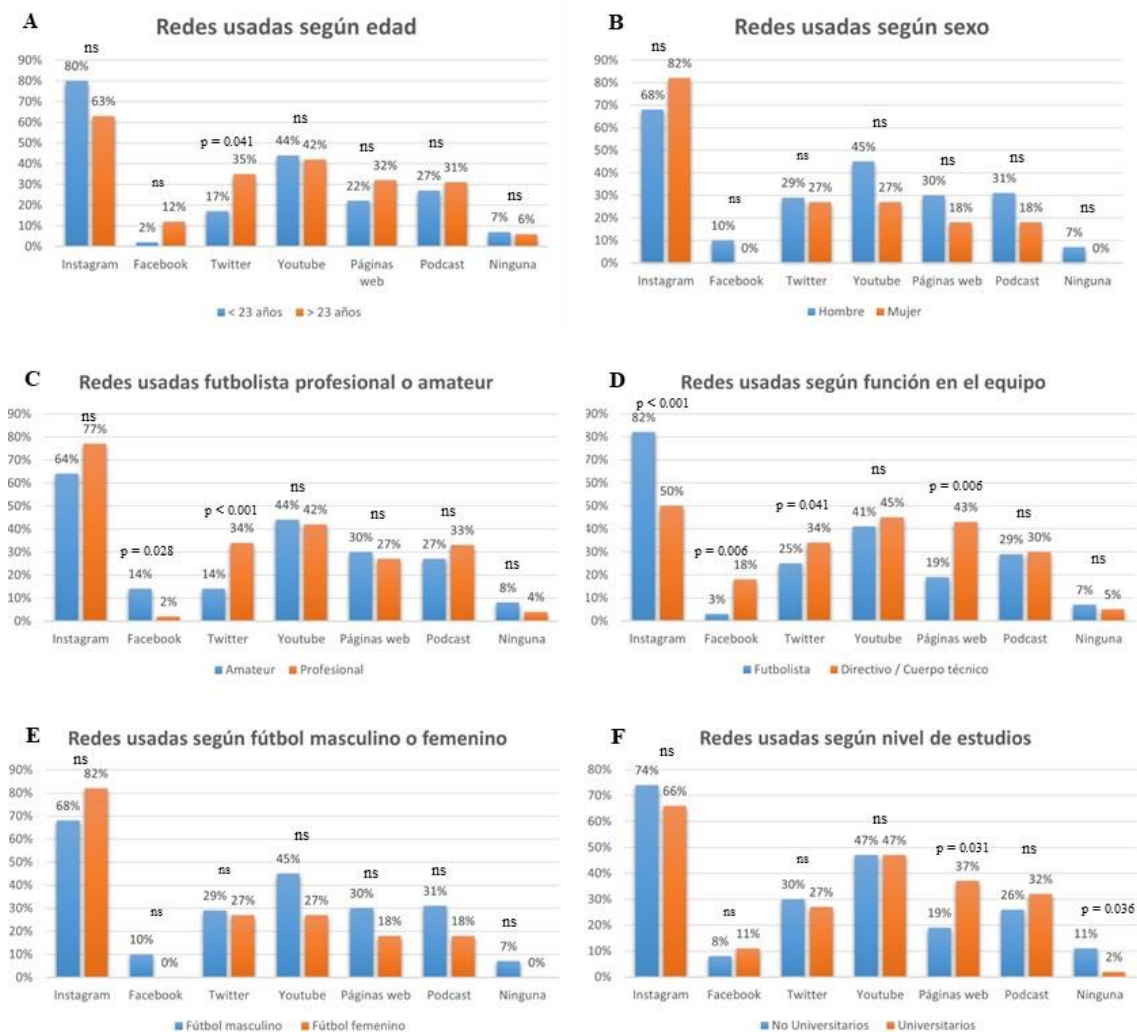


Gráfico 10: Redes o plataformas utilizadas en la búsqueda de información sobre la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios (F).

5.2.4 Utilidad de la información recogida en las redes sociales para mejorar la preparación física.

El 94,6% de los participantes en la encuesta creen que la información recogida en las redes sociales les es útil para mejorar en su preparación física a nivel futbolístico.

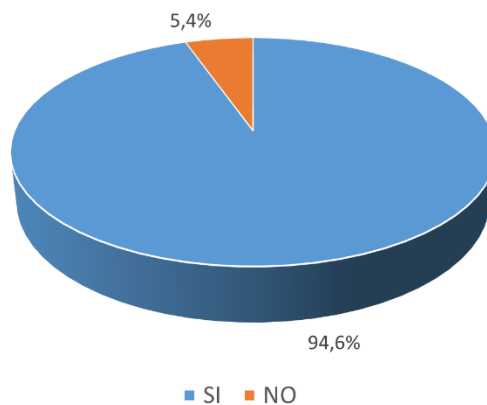


Gráfico 11: Utilidad de la información para mejorar preparación física

Al revisar las respuestas en función de los distintos subgrupos se observa que únicamente existen diferencias entre profesionales y amateurs que consideran útil esta información para mejorar la preparación física (100% vs 91%, $p=0,029$).

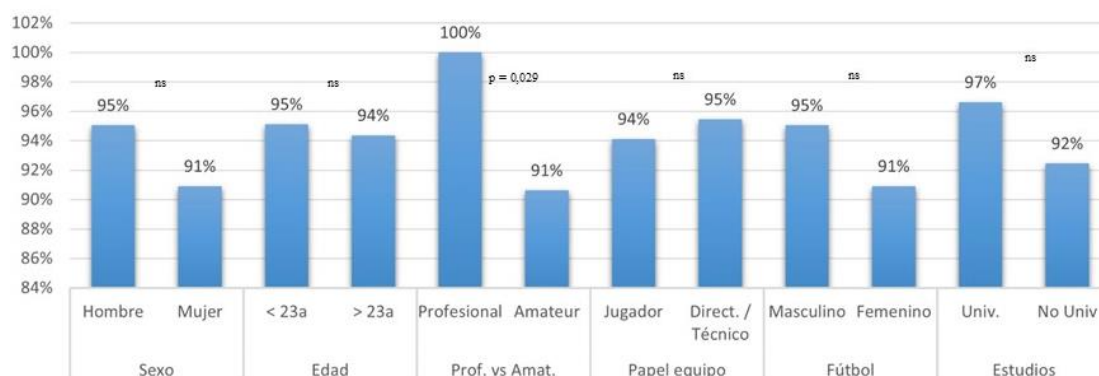


Gráfico 12: Utilidad de la información para mejorar la preparación física. Análisis por subgrupos

5.2.5 Aspectos que suscitan mayor interés

En esta respuesta se analizan los aspectos que causan mayor interés entre los participantes. Para ello se permitía marcar varias respuestas entre las opciones ofrecidas.

El aspecto que más interés suscita es el relacionado con la nutrición (59,8%) seguido por el entrenamiento tanto en campo (54,5%) como en gimnasio (50%) y por los aspectos psicológicos (46,4%). Otros aspectos que suscitan menos

interés son la readaptación de lesiones (35,7%) y el análisis (19,6%). Un 1,8% de los participantes no consideró interesante ninguno de estos aspectos.

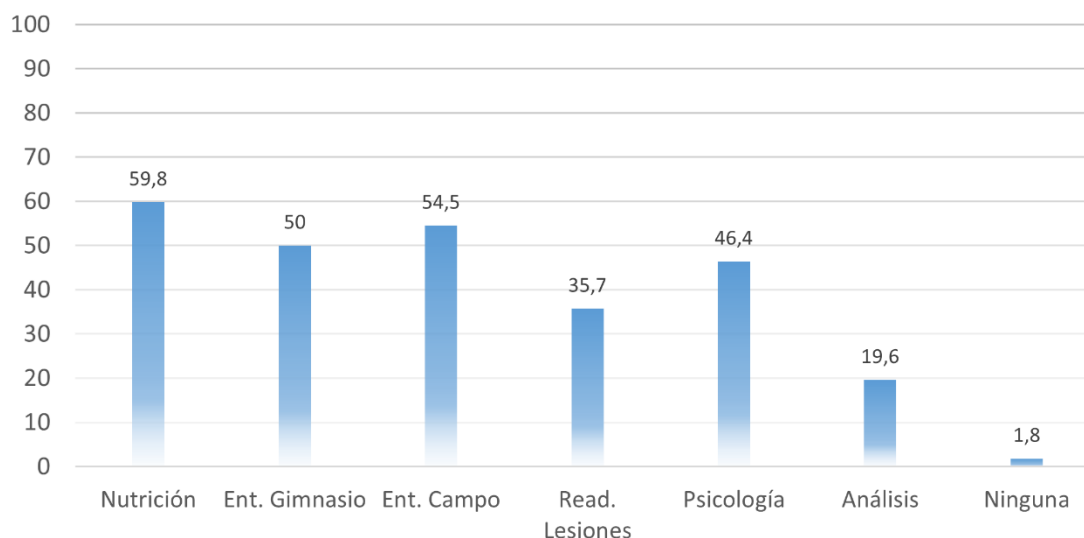


Gráfico 13: Aspectos considerados más interesantes

El aspecto en el que más diferían los distintos subgrupos es el relacionado con la nutrición. En este sentido, el 63% de los hombres mostraba interés en este aspecto frente al 27% de las mujeres ($p = 0,020$). Esta área también resultaba más interesante para los profesionales que para los amateurs (73% vs 50%, $p = 0,014$), para los jugadores que para los directivos y cuerpo técnico (71% vs 43%, $p = 0,004$) y para los que pertenecían al fútbol masculino que para los que pertenecían al femenino (63% vs 27%, $p = 0,020$).

El análisis resultó más interesante entre los mayores de 23 años frente a los menores de esa edad (27% vs 7%, $p = 0,013$) y entre los directivos y cuerpo técnico que entre los jugadores (41% vs 6%, $p < 0,001$).

Los profesionales mostraron más interés en el entrenamiento en gimnasio que los amateurs (63% vs 41%, $p = 0,020$). En este sentido, también los jugadores indicaron un interés mayor que los directivos y cuerpo técnico en este aspecto (59% vs 36%, $p = 0,020$).

En cuanto a la readaptación de lesiones únicamente hubo diferencias significativas en el subgrupo de universitarios y no universitarios (46% vs 25%, $p = 0,019$).

No se encontró ninguna diferencia entre subgrupos en los aspectos relacionados con el entrenamiento en campo, los factores psicológicos y entre aquellos que no marcaron alguna de las opciones.

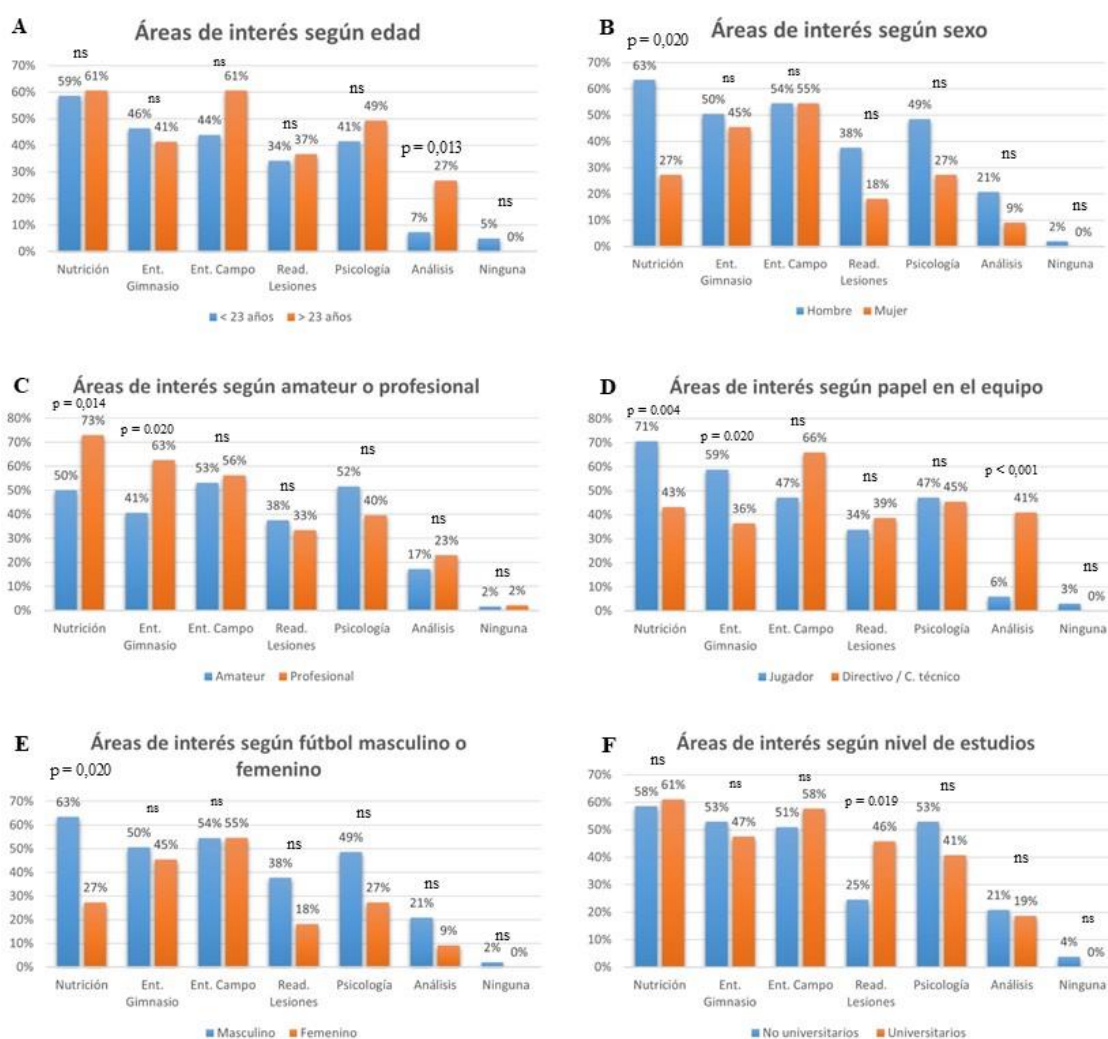


Gráfico 14: Aspectos más interesantes. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios (F).

También se ha analizado el perfil de uso de las distintas redes sociales en función de los intereses mostrados en cada uno de estos aspectos. Se puede

observar que el uso de YouTube es mayor en los participantes interesados en temas relacionados con la psicología que entre aquellos que no muestran interés en este tema (53,8% vs 33,3%, $p = 0,029$). También esta plataforma es más utilizada por los que muestran más interés por el análisis (77,3% vs 34,4%, $p < 0,001$).

Instagram es más utilizada por los interesados en el entrenamiento en gimnasio (80,4% vs 58,9%, $p = 0,014$) que los no lo están. Por el contrario, es menos utilizado por los interesados en análisis (45.5% vs 75.6%, $p = 0,006$) que por los que sí muestran interés en este aspecto.

Los podcasts son más utilizados entre los interesados en el entrenamiento en gimnasio (42,9% vs 16,1%, $p = 0,002$) y las páginas web por los interesados en el entrenamiento en campo (42,6% vs 11,8%, $p < 0,001$).

Sin embargo, no hubo diferencias en el uso de redes sociales según mostraran interés en aspectos nutricionales o en la readaptación de lesiones.

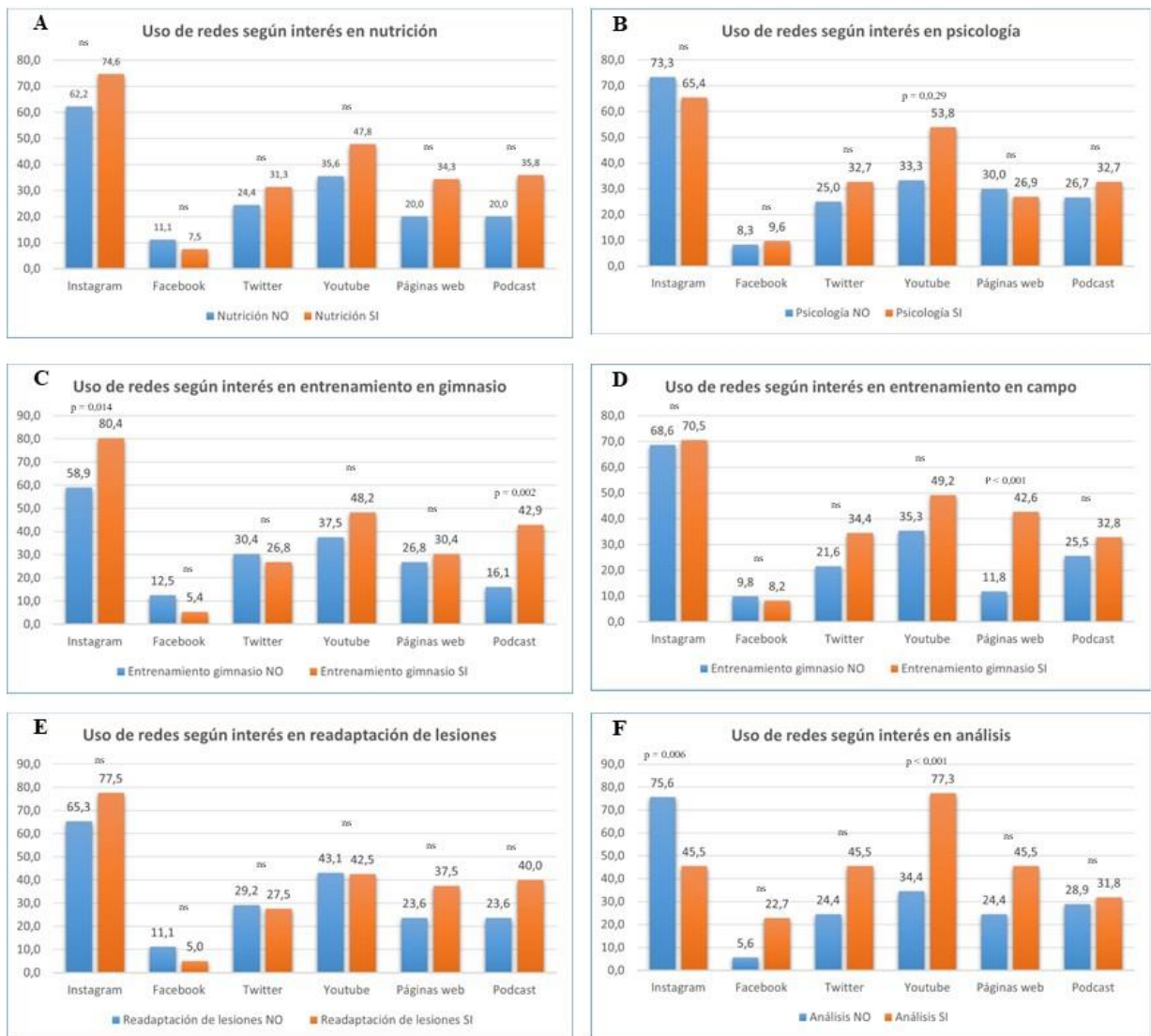


Gráfico 15: Porcentaje de uso en función del interés mostrado en nutrición (A), psicología (B), entrenamiento en gimnasio (C), entrenamiento en campo (D), readaptación de lesiones (E) y análisis (F)

5.2.6 Consideración de la importancia en la preparación física del fútbol

La respuesta a la importancia que otorgaban los participantes a la preparación física en el fútbol estaba graduada de 0 (poco importante) a 10 (muy importante). El conjunto de las personas que respondieron a la encuesta consideró que la preparación física tiene una alta importancia en el fútbol, siendo la mediana de 10 (8-10). No hubo ninguna diferencia en la puntuación en ninguno de los subgrupos analizados.

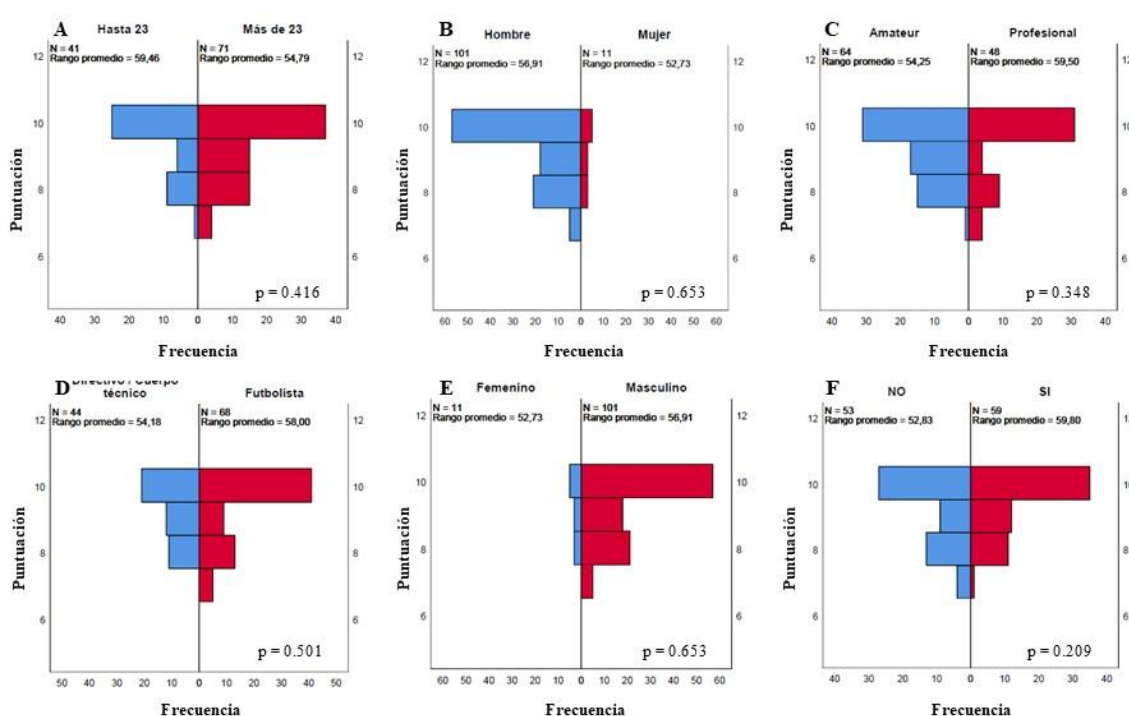


Gráfico 16: Importancia de la preparación física. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F)

5.2.7. Obtención de ayuda profesional a través de redes sociales

En las siguientes preguntas de la encuesta se pregunta a los participantes si obtienen ayuda profesional a través de las redes sociales y si consideran que esta ayuda es imprescindible para obtener un adecuado rendimiento deportivo.

El 32,1% de los encuestados afirmó recibir ayuda profesional en las redes sociales.

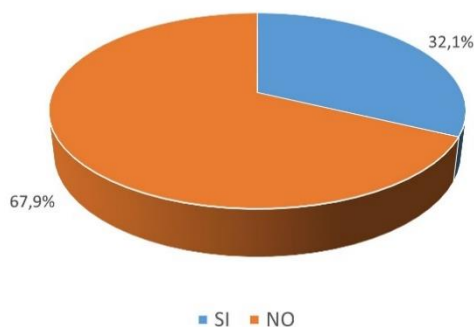
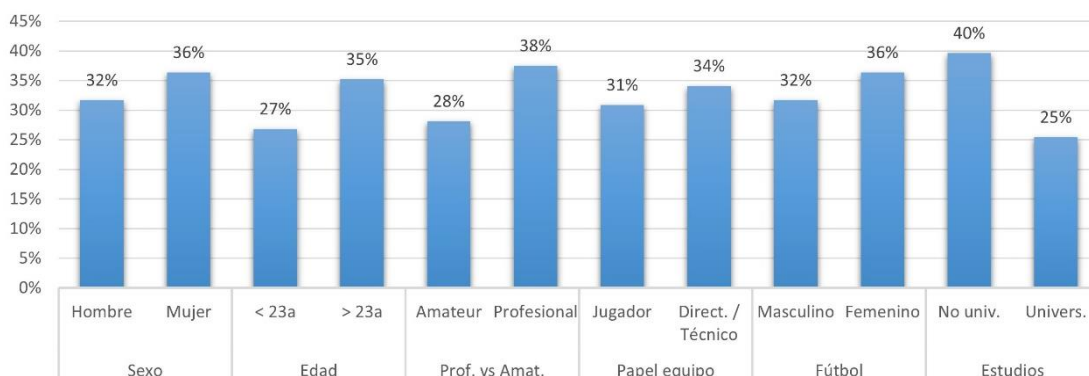


Gráfico 17: Obtención de ayuda profesional en redes sociales

En el análisis por subgrupos no hubo diferencias significativas en ninguno de ellos.



**Gráfico 18: Obtención de ayuda profesional en redes sociales (respuestas afirmativas).
Análisis por subgrupos.**

Sin embargo, el 78,6% de los encuestados consideraba esta ayuda como imprescindible. En este caso tampoco hubo diferencias significativas entre los distintos subgrupos

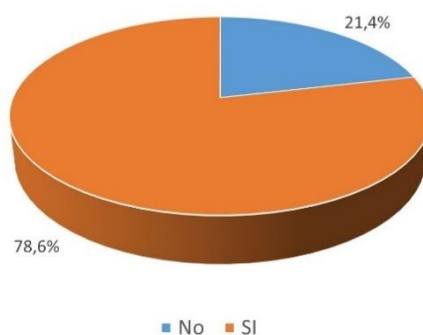


Gráfico 19: Consideran imprescindible la ayuda profesional para el rendimiento deportivo

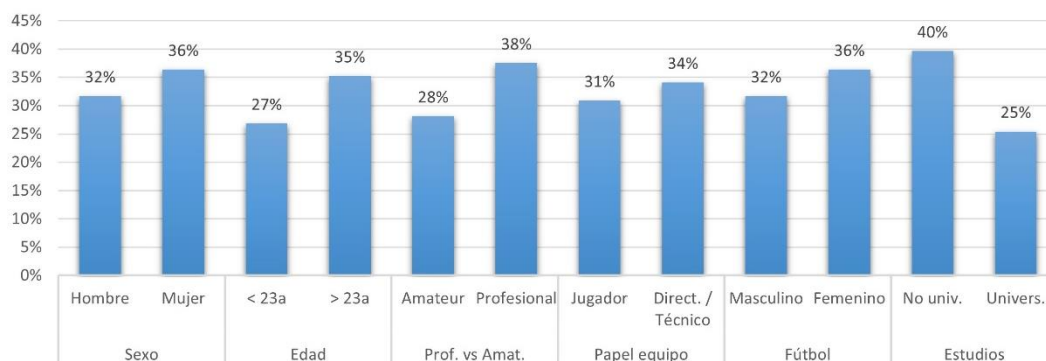


Gráfico 20: Consideran imprescindible la ayuda profesional para el rendimiento deportivo.

Análisis por subgrupos.

5.2.8. Dinero dispuesto a invertir en profesionales de la preparación física y su influencia en la elección de redes sociales y temas de interés.

En esta pregunta se preguntaba a los participantes qué cantidad de dinero estaban dispuestos a invertir mensualmente en profesionales dedicados a la preparación física.

En el conjunto de la muestra se obtuvo una mediana de 60€ (25-130). En los distintos subgrupos únicamente se evidenciaron diferencias significativas entre los profesionales frente a los amateurs (120 € (30 - 157,50) vs 40 € (20 - 130)).

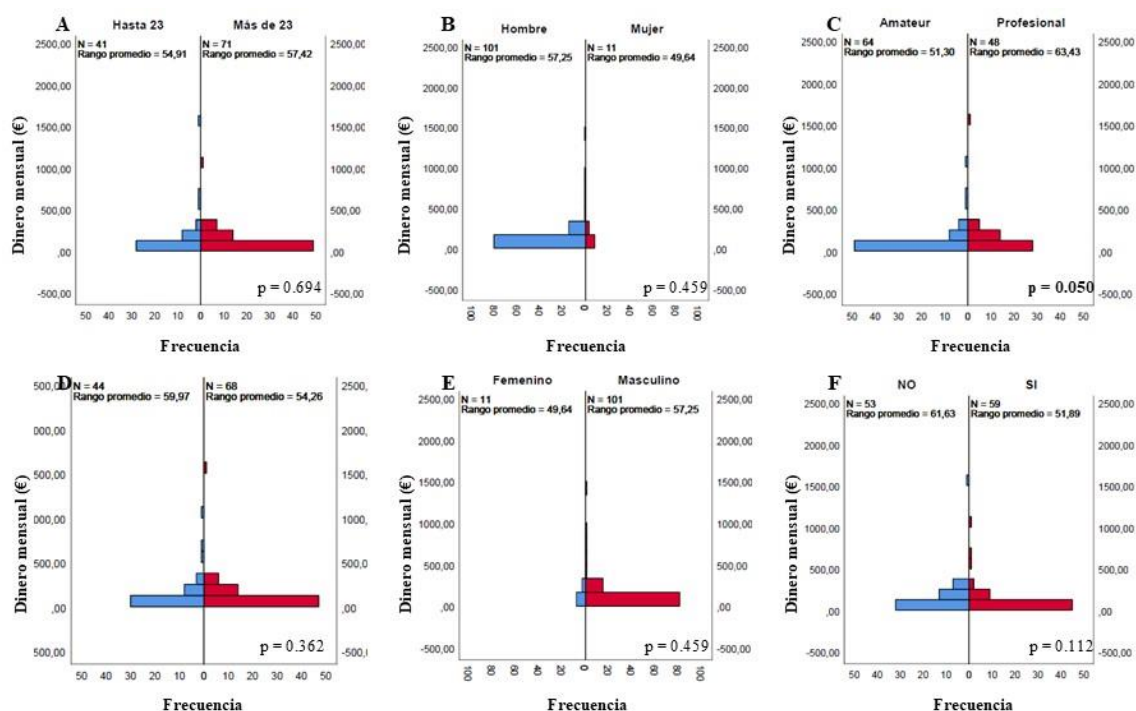


Gráfico 21: Dinero mensual dispuesto a invertir en ayuda de un profesional. Análisis por subgrupos de edad (A), sexo (B), profesional vs amateur (C), papel en el equipo (D), fútbol masculino o femenino (E) y nivel de estudios universitarios o no (F)

Relacionado con este aspecto económico se ha analizado si existen diferencias en el uso de unas redes sociales u otras en función del dinero que los participantes están dispuestos a invertir en profesionales para su preparación física. Para llevar a cabo este análisis se ha dividido a los participantes entre aquellos que están dispuestos a gastar más de 100 € mensuales y aquellos que no.

En este análisis se observa que la proporción de participantes dispuestos a gastar más de 100 € en su preparación física era significativamente mayor entre los usuarios de Twitter y de podcast comparado con aquellos que no utilizaban estas redes. Así, un 63% de los usuarios de Twitter estarían dispuestos a gastar esa cantidad de dinero frente un 30 % de los que no usan esta plataforma ($p = 0,001$) y 61% de los usuarios de podcast frente al 30% de los que no los usan ($p = 0,003$). No hubo diferencias significativas en el resto de redes o plataformas.

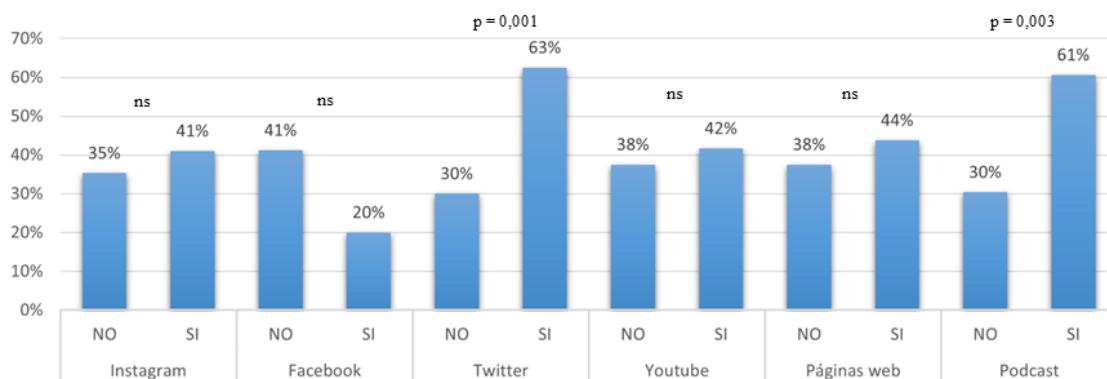


Gráfico 22: Proporción de participantes dispuestos a gastar más de 100€ en preparación física según utilicen o no las distintas redes sociales.

Por otro lado, se ha investigado la relación entre el dinero que los participantes están dispuestos a gastar y los temas por los que mostraban mayor interés. De esta forma, sólo en el aspecto nutricional existen diferencias significativas ya que el 49% de los interesados en este tema estarían dispuestos a gastar más de 100 € mensuales frente al 24% de los que no están interesados en el tema (p = 0,008).

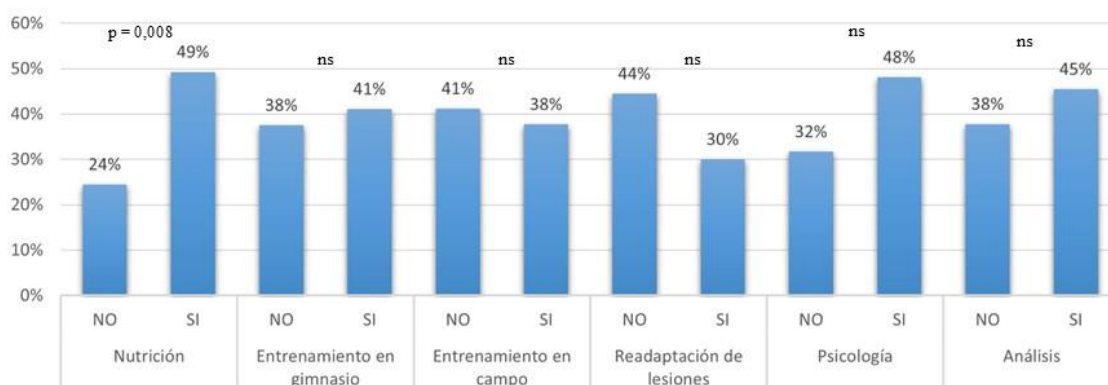


Gráfico 23: Proporción de participantes dispuestos a gastar más de 100€ en preparación física según muestren interés o no en distintos aspectos de la preparación física.

5.2.9. Seguimiento de profesionales y contenido sobre la preparación física en redes sociales

En estas dos preguntas se indagaba sobre el seguimiento que los encuestados hacían de profesionales de la preparación física en las redes sociales y sobre si ese contenido era de ayuda en su preparación.

El 81,2% de los encuestados respondió que sí siguen profesionales dedicados a la preparación física en las redes sociales.

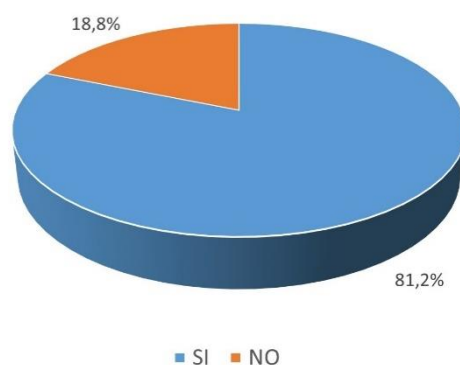


Gráfico 24: Seguimiento de profesionales en redes sociales

Al segmentar la muestra por subgrupos se puede observar que este seguimiento es mayor entre los mayores de 23 años (87% vs 71%, $p = 0,030$) y entre los profesionales frente a los amateurs (92% vs 73%, $p = 0,014$).

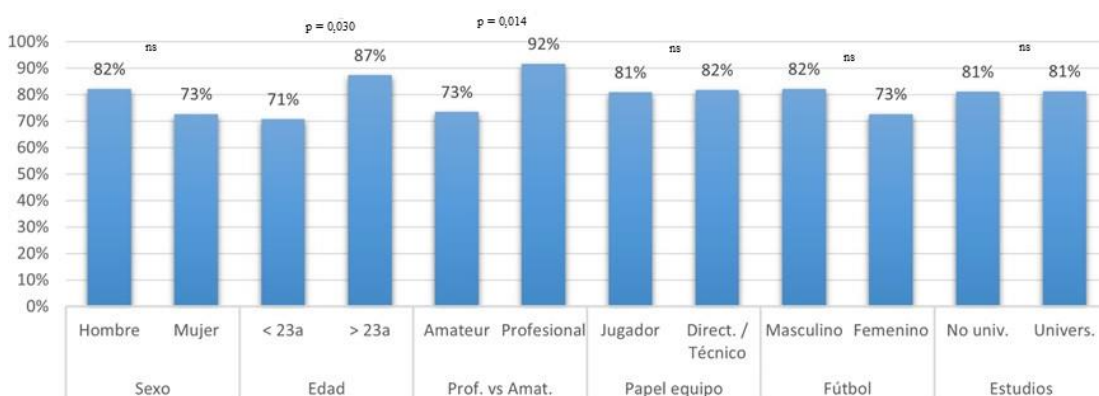


Gráfico 25: Seguimiento de profesionales en redes sociales. Análisis por subgrupos

El 99% de los que respondieron que sí en la respuesta anterior (n=91) consideran que esa ayuda obtenida a través del seguimiento de los profesionales les resulta útil en su preparación física. En este caso no hubo diferencias en el análisis por subgrupos.

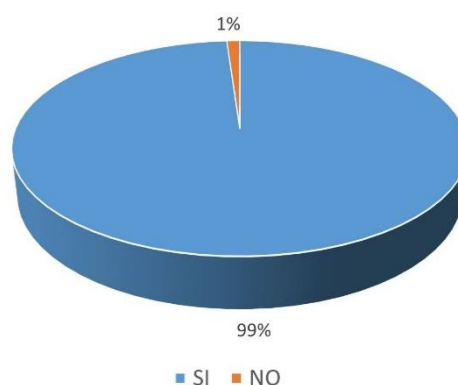


Gráfico 26: Utilidad de la ayuda obtenida para la preparación física.

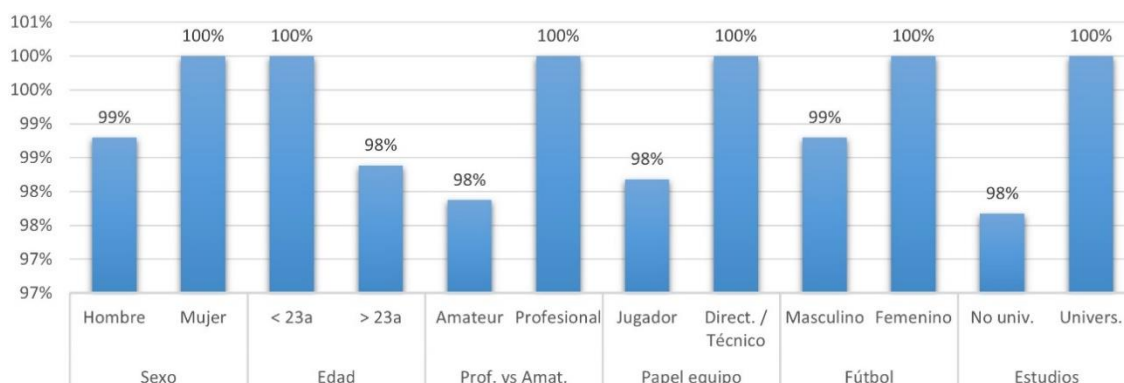


Gráfico 27: Utilidad de la información obtenida para la preparación física. Análisis por subgrupos (n=91)

5.2.10. Contratación de profesionales a través de redes sociales

En esta pregunta se requería a los participantes en la encuesta sobre si creían que las redes sociales son una herramienta cada vez más utilizada en la contratación de profesionales en preparación física. El 82,1% de los participantes respondió afirmativamente a esta cuestión.



Gráfico 28: Consideración de las redes sociales para contratar profesionales de la preparación física.

Al explorar las respuestas según los distintos subgrupos se observan diferencias significativas en las respuestas afirmativas, siendo estas más frecuentes entre los jugadores que entre los directivos y técnicos de los equipos (88% vs 73%, $p = 0,036$). No hubo diferencias entre el resto de los grupos.

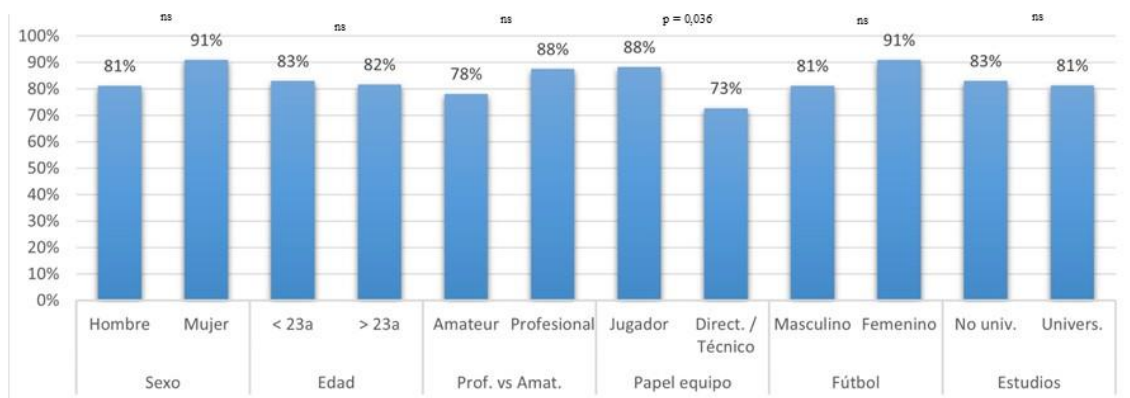


Gráfico 29: Consideración de las redes sociales para contratar profesionales de la preparación física (% de respuestas afirmativas). Análisis por subgrupos.

5.2.11. Aspectos de la preparación física en los que más ayudan las redes sociales

En esta pregunta, los participantes en la encuesta debían elegir en qué aspecto relacionado con la preparación física les resulta de más ayuda la información obtenida a través de las redes sociales. De este modo, la información más útil

era la relacionada con la aplicación de los conocimientos obtenidos en las redes sociales y su aplicación en la práctica diaria (41.6% de las respuestas), seguida de la preparación física (23%) y la formación (17.7%). El 9.7% de los participantes de la encuesta indican que esta información les ha servido para contratar profesionales de la preparación física. Por último, un 7.9% de los encuestados indica que esta información no le ha ayudado en ninguno de los aspectos.

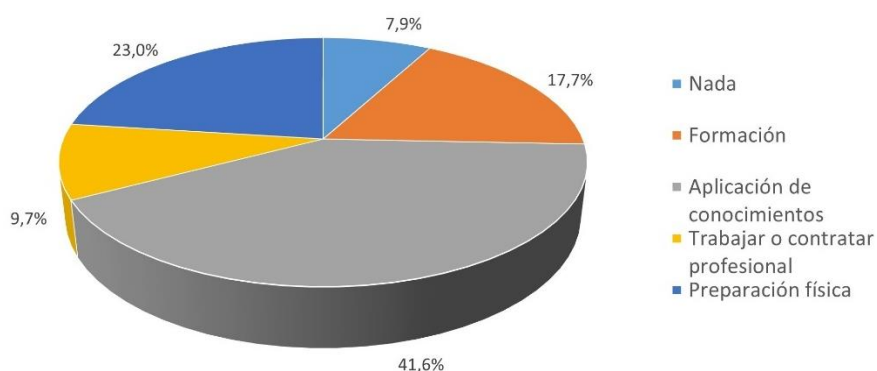


Gráfico 30: Utilidad de la información obtenida en las redes sociales.

5.2.12. Redes sociales como medio de difusión personal

El 83.9% de los participantes consideran que las redes sociales son una herramienta importante a la hora de dar a conocer su preparación física. En este caso no hubo diferencias estadísticamente significativas entre ninguno de los grupos.

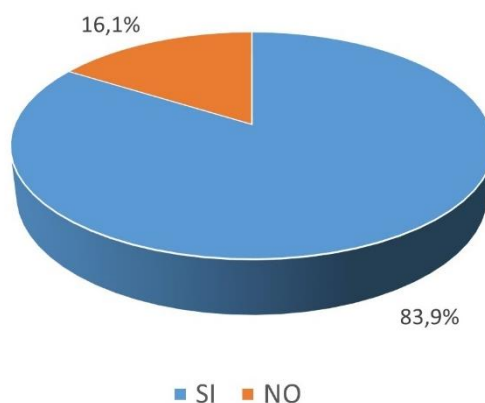


Gráfico 31: Consideración de las redes sociales como herramienta para darse a conocer

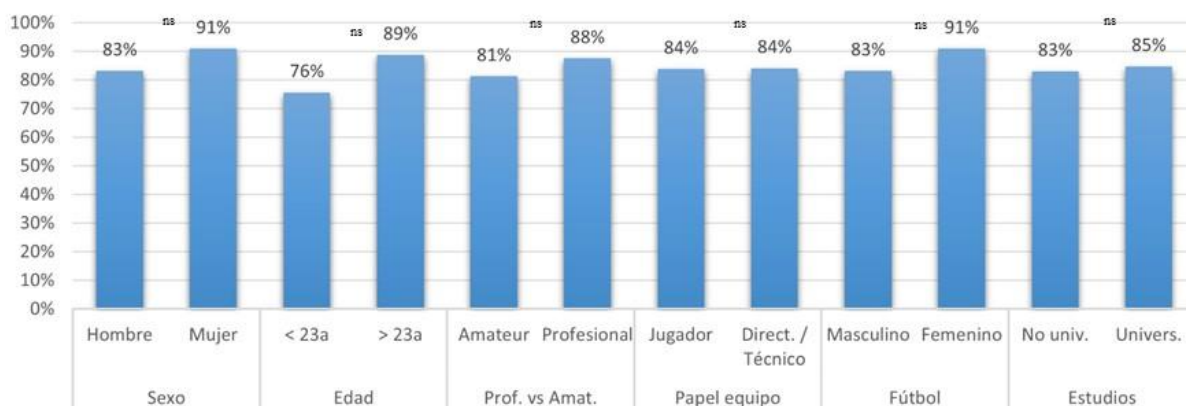


Gráfico 32. Consideración de las redes sociales como herramienta para darse a conocer.

Análisis por subgrupos

Sin embargo, de los participantes de la encuesta sólo el 36% publicaba contenido propio en las redes sociales.

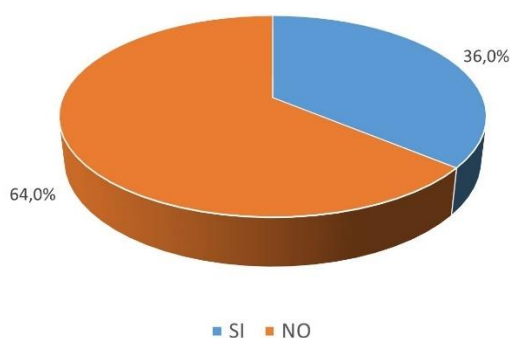
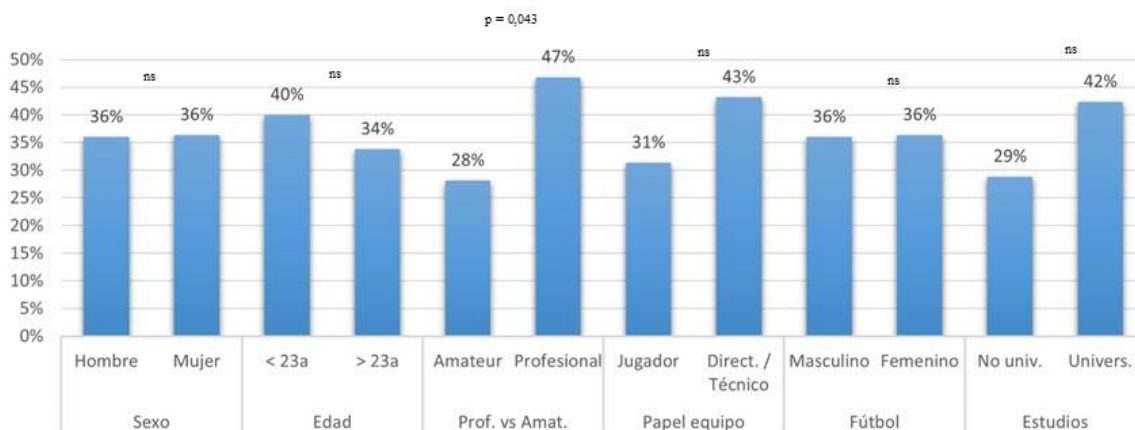


Gráfico 33: Publicación de contenido propio en redes sociales

En cuanto al análisis por subgrupos, los profesionales publicaban contenido propio en el 47% de los casos frente al 28% de los amateurs ($p=0,043$) sin que hubiera diferencias significativas en el resto de los grupos.



**Gráfico 34: Publicación de contenido propio en redes sociales (respuestas afirmativas).
Análisis por subgrupos.**

5.2.13. Importancia de la preparación física para el rendimiento en el campo

En esta cuestión se interrogaba sobre la importancia que tiene la preparación física para un mayor rendimiento deportivo en el campo. Los participantes podían puntuar esta importancia desde “1” (poco importante) a “10” (muy importante).

Se obtuvo una mediana de puntuación de 10 puntos (9-10). En el análisis por subgrupos los futbolistas otorgaron una mayor puntuación que los directivos y cuerpo técnico (10 (9-10) vs 9 (8-10), $p = 0,049$) y los universitarios que los no universitarios (10 (9-10) vs 9 (8-10), $p = 0,043$).

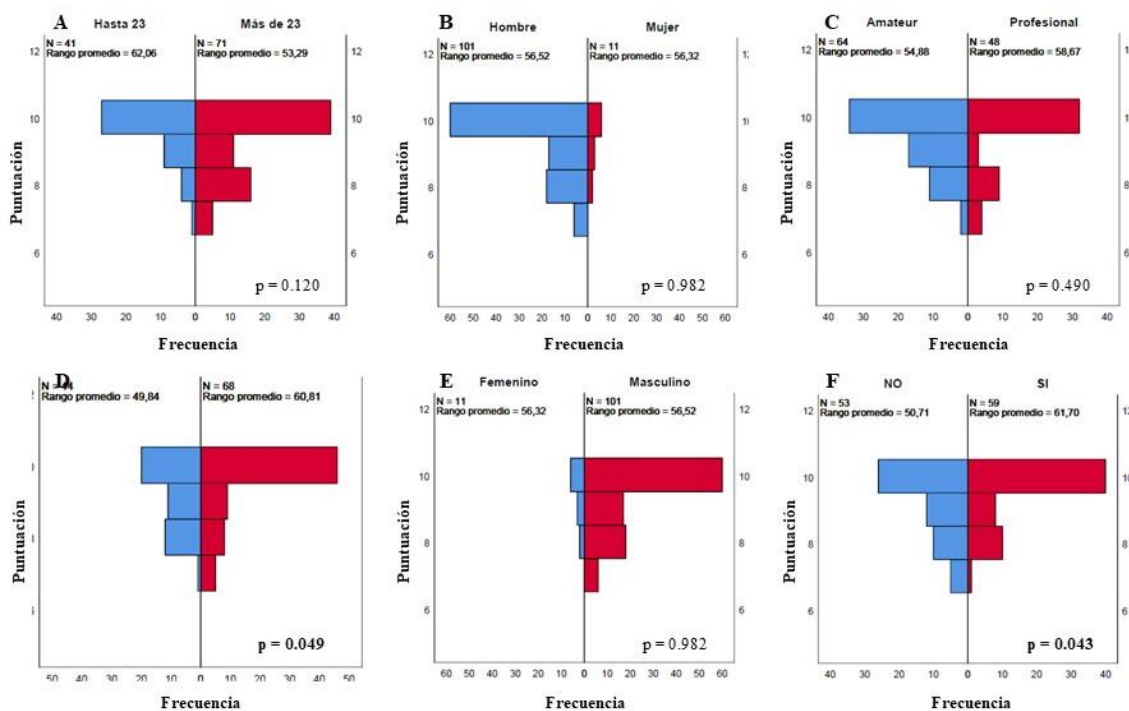


Gráfico 35: Importancia de la preparación física para el rendimiento deportivo. Análisis por subgrupos

6. DISCUSIÓN

6.1. Uso de redes y redes más utilizadas en la preparación física

En los últimos lustros la relación entre el deporte y las redes sociales se ha ido haciendo cada vez más intensa ya que, cada vez más, los deportistas y clubes deportivos cuentan con estas herramientas para sus políticas de mercado (Kuzma, Bell, & Logue, 2014).

Según se ha publicado en el *Digital News Report 2023* hasta el 39% de la población española utiliza las redes sociales con asiduidad para mantenerse informado (Newman, 2023). En nuestro estudio, la práctica totalidad de los encuestados (93,7%) utilizaba alguna red social para la búsqueda de información física, siendo la más utilizada Instagram (69,7%) seguida de YouTube (42,9%). Sin embargo, estos datos pueden no ser comparables debido a las diferentes muestras de los distintos estudios. En el caso de la muestra utilizada en este estudio se trata de una población joven (mediana de edad 26 (22-39) años). De hecho, el uso de Instagram fue significativamente mayor entre los futbolistas que

entre el cuerpo técnico y directivos (82% vs 50%, $p < 0,001$) aunque no hubo diferencias significativas en cuanto al tiempo empleado semanalmente en la búsqueda de información relacionada con la preparación física en redes sociales.

6.2. Factores que determinan la elección de redes sociales.

En los resultados obtenidos resulta llamativo el caso de Twitter. Se observa que el uso de esta plataforma tiende a ser mayor en personas de más edad, en los miembros de los equipos técnicos y directivos y en los jugadores que juegan al fútbol de manera profesional. Algo similar ocurre con el uso de páginas web, siendo estas últimas más utilizadas también en el grupo de universitarios. Esto coincide con lo publicado anteriormente estando descrito un gran uso de Twitter en el mundo del fútbol profesional (Grimmer & Clavio, 2019). Este fenómeno también ha sido observado en otros deportes como el fútbol americano (Calvio, 2011). Esto podría deberse a que en estas plataformas los contenidos publicados sean de un nivel técnico mayor que en el resto de las plataformas. No obstante, este último punto debería investigarse con un estudio específico ya que este aspecto no se recoge entre los objetivos planteados en este trabajo.

En cuanto a los determinantes económicos, la cantidad de dinero que un sujeto está dispuesto a invertir en preparación física es mayor entre los jugadores profesionales. El uso de redes como Twitter o Podcast también se ha relacionado significativamente en este estudio con este hecho. Algo similar ocurre cuando la nutrición es un tema de interés para los usuarios. En este sentido, puede haber un sesgo a la hora de interpretar estos resultados ya que los jugadores profesionales también mostraron mayor interés en Twitter.

6.3. Relación entre el uso de redes sociales y áreas de interés en la preparación física.

Del mismo modo, los usuarios y deportistas, en los distintos niveles de competición han aumentado el consumo de información sobre distintos aspectos relacionados con su preparación física (nutrición, aspectos psicológicos, entrenamiento, análisis...). En el estudio realizado el aspecto que más interés

suscita entre los encuestado es el relacionado con la nutrición (59,8% de los encuestados). Este resultado está en línea con lo publicado en otros deportes como el atletismo (Bourke, B. E. P., Baker, & Braakhuis, 2018). Sin embargo, en el atletismo, el interés por la nutrición es mayor en mujeres que en varones, al contrario de lo observado en este estudio. Esta diferencia quizá pueda deberse a la escasa participación de mujeres en los cuestionarios (9,8% de los participantes).

En el estudio realizado se ha observado que el interés mostrado en cada una de las áreas de la preparación física puede ser un determinante a la hora de la elección de la red social o plataforma.

Si bien se ha descrito un gran interés en aspectos relacionados con la nutrición entre los más jóvenes (Putra & Pamungkasari, 2022), en nuestro estudio no se muestra clara preferencia por uso de ninguna red social en particular entre los más interesados en este aspecto aunque sí que se observa cierta tendencia a un mayor uso de Instagram entre los interesados en temas de nutrición.

Especialmente tras la pandemia ha habido una explosión de los contenidos online sobre el entrenamiento en gimnasio, especialmente en Instagram (Victoria, 2021). En el estudio realizado se describen diferencias en cuanto al tipo de entrenamiento buscado por los participantes y las redes sociales que utilizan. Aquellos más interesados en el entrenamiento en gimnasio utilizan con más frecuencia Instagram y podcasts mientras que los más interesados en entrenamiento en campo utilizan con más asiduidad páginas web.

Los aspectos psicológicos y motivacionales resultan fundamentales entre los miembros de un equipo de fútbol (Torregrosa, Sousa, Viladrich, Villamarín, & Cruz, 2008). El seguimiento de profesionales de la psicología a través de redes sociales es cada vez más frecuente, como manifestaba el jugador profesional entrevistado. Entre los participantes interesados en este aspecto destacó el uso de YouTube, así como en el caso de los que estaban más interesados por las cuestiones relacionadas con el análisis de la preparación física.

Sin embargo, en los datos recogidos no se han observado diferencia en cuanto a uso de unas redes sociales u otras para la búsqueda de información relacionada con la readaptación de lesiones.

6.4. Publicación de contenido propio en redes

En los resultados recogidos en la encuesta los participantes otorgaron una importancia máxima a la preparación física y el 78,6% de los participantes en la misma consideraban imprescindible la ayuda profesional para el rendimiento deportivo. Sin embargo, el porcentaje de participantes que obtienen esta ayuda a través de las redes sociales se reduce al 32,1%.

Finalmente, como indica Lewis (2014), los usuarios de internet y de las redes sociales han modificado su pauta de actuación pasando de ser consumidores pasivos de esta información a publicar contenido generado por ellos mismos. En este sentido, el 83,9% de los encuestados en este trabajo consideran que las redes sociales son una importante herramienta para darse a conocer y difundir su preparación física y el 94,6% considera que la información es útil para su preparación física. Sin embargo, únicamente el 36% llega a publicar contenido propio en sus redes sociales.

7. CONCLUSIONES

En el ámbito futbolístico, el uso de redes sociales para la búsqueda de información relacionada con la preparación física es un fenómeno muy frecuente siendo Instagram la más utilizada (69,6%) seguida de YouTube (42,9%) entre los encuestados.

Los factores sociodemográficos y el papel en el equipo son determinantes a la hora de utilizar unas plataformas o redes sociales y de elegir unos contenidos u otros. Así, Twitter se utiliza con mayor frecuencia entre las personas de más edad, entre los directivos y cuerpo técnico y entre los miembros del fútbol profesional. Destaca también el empleo de Instagram entre los futbolistas, mientras que las páginas web son más utilizadas por los directivos y cuerpo técnico y por universitarios.

El aspecto económico también puede decantar la elección de una red u otra. De esta manera, el uso de Twitter y de podcast es más elevado entre aquellos que están dispuestos a invertir más de 100€ al mes en su preparación física.

El área que mayor interés despierta en redes sociales entre las personas vinculadas al fútbol es el área relacionada con la nutrición. La elección de las distintas redes también se ve influenciada por las preferencias personales de los usuarios en cuanto a los distintos aspectos relacionados con la preparación física. En este sentido, el uso de Instagram y de podcast es mayor entre los interesados en el entrenamiento en gimnasio, mientras que aquellos que buscan información sobre entrenamiento en campo utilizan con más frecuencia páginas web. Por último, en este aspecto, cabe destacar que el empleo de YouTube es mayor para los temas relacionados con la psicología y el análisis.

La gran mayoría de las personas vinculadas al fútbol consideran que la información obtenida en las redes sociales es muy importante para su preparación física, siguen a profesionales de este campo y reciben ayuda a través de las redes sociales. También el 83,9% de los encuestados considera que las redes sociales suponen una herramienta potente para dar a conocer su preparación física. Sin embargo, sólo el 36% de ellos publica en ellas contenido creado por ellos mismos.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Arnau, M. V. (2016). *Redes Sociales: Herramientas de gestión empresarial*. Buenos Aires.
- Beffa-Negrini, P., Cohen, N., & Miller, B. (2002). Strategies to Motivate Students in Online Learning Environments. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(6), 334 - 340.
- Blog de Marketing. (13 de Julio de 2023). *IMF Blog de Marketing*. Obtenido de IMF Blog de Marketing: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/la-repercusion-e-impacto-de-twitch-en-el-mundo-del-deporte/>
- Bourke, B. E. P., Baker, D., & Braakhuis, A. (2018). Social Media as a Nutrition Resource for Athletes: A Cross Sectional. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 1-23.
- Calvio, G. (2011). Social Media and the College Football Audience. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 4, 308-325.
- Cara Muñoz, J. F., Martínez Sánchez, J. A., Hernández García, A., & Falces Prieto, M. (2019). *Individualización en el acondicionamiento físico*. Madrid.
- Construyendo fútbol*. (18 de abril de 2024). Obtenido de <https://construyendofutbol.com/act/la-preparacion-fisica-en-el-futbol>
- Editorial Etecé. (19 de 11 de 2023). *Concepto de*. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/www/>
- Ellison, B. &. (2007). Social network sites: Definition, history,. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Fernández, P. (2023). *Salud mental en el fútbol: El papel de los medios de comunicación en la concientización*. Universidad Siglo 21.
- Gómez, L. (2020). *Secretos Explosivos de Marketing en Redes Sociales*. Madrid.

- Grimmer, C., & Clavio, G. (2019). Sport pro = Twitter pro? – How soccer stars use Twitter at the height of their career. *Int. J. Sport Management and Marketing*, 19(3), 161-183. doi:10.1504/ijsmm.2019.099782
- Gutierrez, F. G. (2014). *La revolución de las redes sociales: Sociedad, educación y nueva profesión*. Voces en el Fénix. Obtenido de La revolución de las redes sociales: Sociedad, educación y nueva profesión.
- Herrera, H. H. (2011). *Una nueva herramienta de difusión social networks*. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.
- Kuzma, J., Bell, V., & Logue, C. (2014). A study of the use of Social Media Marketing in the Football Industry. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 5(10), 728-738.
- Lewis, B. (2014). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students. *Public Relations Journal*, 4(3).
- Marini, E. (2 de 4 de 2018). Redes sociales y deporte en los espacios públicos de Barcelona. *Apunts Educación Física y Deportes*, pág. 91.
- Martin, F. (2022). *El rol de los medios de comunicación en la salud mental de los atletas*. Universidad Siglo 21.
- Moreno, J. (2018). *Las redes sociales como medio de difusión*.
- Mujika, I. (2012). *Endurance Training - Science and Practice*.
- Newman, N. (2023). *Digital News Report*. Reuters y Universidad de Oxford.
- Pérez, S. (16 de 2 de 2024). *Impacto de las redes sociales*. Obtenido de Impacto de las redes sociales: <https://mas10.ar/2024/02/14/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-futbol/>
- Piqué, G. (10 de Septiembre de 2023). Kings League.
- Putra, D., & Pamungkasari, E. (2022). Literature Review: effects of using Instagram Social Media as a Nutrition Education Media. *Amerta Nutrition*, 6(1), 314 - 323.
- Ramos, F. M. (10 de 2 de 2022). *integra*. Obtenido de integra: <https://www.integratecnologia.es/la-innovacion-necesaria/evolucion-de-las-plataformas-en-la-industria-de-la-tecnologia/>
- Sanjuán Muñoz, V. (2020). *Redes sociales: evolución e influencia de la sociedad española*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Tejedor, O. (30 de Agosto de 2023). *Marca*. Obtenido de MARCA:
<https://www.marca.com/videojuegos/streamers/2021/08/31/612e0625e2704ee27b8b458d.html>
- Torregrosa, M., Sousa, C., Viladrich, C., Villamarín, F., & Cruz, J. (2008). El clima motivacional y el estilo de comunicación del entrenador como predictores del compromiso en futbolistas jóvenes. *Psicothema*, 20(2), 254-259.
- Unisport Management School. (25 de Agosto de 2023). *Unisport Management School*. Obtenido de Unisport Management School:
<https://unisport.es/redes-sociales-futbol/>
- Victoria, M. (2021). La gimnasia en Instagram. *Congreso de Educación Física y Ciencias*. Argentina.
- Villar, G. (23 de 1 de 2023). La kings league ya es historia en Twitch. *Relevo*, pág. 1.

ANEXO I: ENCUESTA ENVIADA A TRAVÉS DE GOOGLE FORMS



IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PREPARACIÓN FÍSICA EN EL FÚTBOL

B *I* U [↔](#) ~~X~~

Esta encuesta es anónima y forma parte de la investigación realizada para un TFG.

Muchas gracias por tu colaboración

Indica tu sexo *

Hombre

Mujer

¿Pertenece a fútbol profesional o amateur? *

Profesional (Todas las personas que tengan contrato laboral con el club)

Amateur

¿Cuál es tu papel en el equipo? *

Futbolista

Directivo / Cuerpo técnico

¿Fútbol masculino o femenino? *

- Masculino
- Femenino

¿Cuál es tu nivel de estudios? *

- ESO
- Bachillerato
- Formación profesional
- Universitarios
- Post grado

¿Cuánto tiempo dedicas al día a la preparación física? *

- 0h
- 1h
- 2h
- 3h
- 4h
- 5h

¿Cuánto tiempo dedicas a la **SEMANA** a formarte, mejorar e indagar sobre la preparación física en las redes sociales? *

- 0h
- 1h
- 2h
- 3h
- 4h
- 5h

¿Qué red o redes sociales usas para obtener información sobre la preparación física? (puedes marcar varias respuestas) *

- Ninguna
- Instagram
- Facebook
- X (antiguo Twitter)
- Youtube
- Páginas web
- Podcast

¿Esta información que recoges en las redes sociales te ayuda a mejorar? *

- Sí
- No

¿En qué aspecto estás más interesado en mejorar? (Puedes marcar varias respuestas) *

- Nutrición
- Entrenamiento en gimnasio
- Entrenamiento en campo
- Readaptación de lesiones
- Psicología
- Análisis
- Ninguna de las anteriores

¿Cuánto consideras de importante la preparación física en el fútbol? *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Poco importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

¿Obtienes ayuda de algún profesional a través de las redes sociales? *

- Sí
- No

¿Consideras que la ayuda de un profesional es imprescindible para tu rendimiento en el campo de fútbol? *

- Sí
- No

¿Cuánto dinero estás dispuesto a invertir al **mes** en tu preparación física a través de profesionales? *

Texto de respuesta corta

¿Qué apartado/s de la preparación física consideras que es imprescindible recibir ayuda? *
(puedes elegir varias opciones)

- Entrenamiento en gimnasio
 - Entrenamiento en campo
 - Nutrición
 - Psicología
 - Readaptación de lesiones
 - Fisioterapia
-

En las redes sociales que utilizas, ¿sigues a algún profesional que sube contenido relacionado con tu interés? *

- Sí
 - No
-

En caso afirmativo a la pregunta anterior ¿ese contenido te ayuda a tu preparación?

- Sí
 - No
-

¿Consideras que ha aumentado el uso de las redes sociales para contratar a profesionales que te ayuden a mejorar la preparación física de manera online? *

- Sí
- No

Las redes sociales te han ayudado en la preparación física para: *

- Nada
- Formarte
- Estudiar conocimientos y aplicarlos en tu día a día
- Trabajar o contratar a un profesional
- Mejorar tu preparación física

¿Consideras que las redes sociales son un medio importante para publicar el desarrollo de tu preparación física en el fútbol para darte a conocer? *

- Sí
- No

¿Utilizas las redes para mostrar contenido propio? *

- Si
- No

Puntúa del 1 al 10 según la importancia que consideras que tiene la preparación física para *
obtener un mayor rendimiento en el campo

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Poco importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

ANEXO II PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA DE ÁLVARO VÁZQUEZ, FUTBOLISTA PROFESIONAL

Buenas tardes, Álvaro. Es un placer poder entrevistar a un futbolista profesional como tú con tantos partidos en la élite del fútbol español y que ha defendido la camiseta de la selección española.

Pregunta 1: Álvaro, a través de diferentes plataformas has mencionado que gracias a las redes sociales has podido tener acceso a profesionales como un entrenador personal online, un nutricionista y un psicólogo para ayudarte en tu carrera deportiva. ¿Podrías contarnos cómo estas herramientas digitales han impactado tu preparación como futbolista?

P2: ¿Por qué consideras que la preparación física es tan importante para un jugador de fútbol?

P3: Mencionaste que las redes sociales también te han permitido recibir publicidad a través de las plataformas de comunicación. ¿Cómo ha cambiado esto la manera en que los jugadores se dan a conocer y se conectan con los aficionados?

P4: ¿Cómo manejas la presión y las críticas que puedan surgir en las redes sociales cuando el rendimiento en el campo no es el esperado?

P5: Álvaro, has mencionado que las redes sociales han facilitado tu acceso a profesionales como un entrenador personal online, un nutricionista y un psicólogo para apoyarte en tu carrera deportiva. ¿Podrías compartir algún ejemplo específico de cómo el asesoramiento de estos profesionales ha impactado positivamente tu desempeño en el campo?

P6: Mencionaste la importancia de la preparación física para un jugador de fútbol. ¿Podrías compartir algún aspecto específico de tu rutina de entrenamiento físico que haya sido especialmente beneficioso para ti y que hayas podido mejorar gracias al apoyo de un entrenador personal online?

P7: Has destacado cómo las redes sociales han ampliado tu alcance como jugador y te han permitido conectar con los aficionados de una manera más directa. ¿Puedes compartir alguna experiencia memorable en la que hayas sentido el impacto positivo de esta conexión con los seguidores a través de las plataformas digitales?

P8: Por último, has mencionado que las redes sociales también tienen su parte menos buena, especialmente en lo que respecta a las críticas y comentarios negativos. ¿Cómo mantienes una mentalidad positiva y enfocada en el juego cuando te enfrentas a este tipo de desafíos en línea?

ANEXO III PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A MANUEL LÓPEZ, PREPARADOR FÍSICO

Buenas tardes, Manuel. Es un placer tenerte aquí hoy. Me gustaría hablar contigo sobre tu experiencia como preparador físico y cómo has adaptado tu trabajo durante la pandemia del COVID-19, especialmente en relación con el impacto de las redes sociales en tu vida profesional.

Pregunta 1: Antes de la pandemia del COVID-19, entendemos que trabajabas principalmente con jugadores profesionales de forma presencial, diseñando planes de trabajo extra para mejorar su rendimiento en el campo. ¿Puedes contarnos más sobre eso?

P2: ¿Y cómo cambió eso con la llegada de la pandemia?

P3: Entonces, ¿cómo adaptaste tu enfoque para seguir apoyando a los jugadores durante ese tiempo?

P4: ¿Puedes hablar más sobre cómo funcionaba tu programa de entrenamiento online?

P5r: ¿Y cómo recibieron los jugadores esta transición al entrenamiento online?

P6: ¿Y cuál ha sido el resultado de esta transición al trabajo online?

P7: ¡Eso es fantástico! Parece que has encontrado una forma innovadora de seguir apoyando a los jugadores incluso en tiempos difíciles. ¿Tienes planes de seguir desarrollando esta faceta de tu trabajo en el futuro?

P8: Bueno, Manuel, ha sido un placer hablar contigo y escuchar sobre tu experiencia. Gracias por compartir tu historia con nosotros.