

Universitat Jaume I de Castelló  
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales



**U**NIVERSITAT  
**J**AUME·**I**

**Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**  
**TRABAJO FINAL DE GRADO**

MODALIDAD A. Iniciación a la Investigación

**LA GESTIÓN DE MARCA PERSONAL DEPORTIVA A  
TRAVÉS DE INSTAGRAM: EL CASO DEL PATINADOR  
JAVIER FERNÁNDEZ**

*PERSONAL SPORTS BRAND MANAGEMENT  
THROUGH INSTAGRAM: THE CASE OF FIGURE  
SKATER JAVIER FERNÁNDEZ*

**Fecha de presentación: 14/05/2024**

**Autora:** Paula Gasulla Yeste

**Tutora:** María Consuelo Balado Albiol

Universitat Jaume I de Castelló  
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales



UNIVERSITAT  
JAUME·I

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**TRABAJO FINAL DE GRADO**

MODALIDAD A. Iniciación a la Investigación

**LA GESTIÓN DE MARCA PERSONAL DEPORTIVA A  
TRAVÉS DE INSTAGRAM: EL CASO DEL PATINADOR  
JAVIER FERNÁNDEZ**

*PERSONAL SPORTS BRAND MANAGEMENT  
THROUGH INSTAGRAM: THE CASE OF FIGURE  
SKATER JAVIER FERNÁNDEZ*

**Fecha de presentación: 14/05/2024**

**Autora:** Paula Gasulla Yeste

**Tutora:** María Consuelo Balado Albiol

## **RESUMEN:**

En un país donde el fútbol es el deporte más practicado y visto por excelencia, se invisibilizan éxitos de grandes deportistas en disciplinas minoritarias. En un acercamiento al mundo del patinaje artístico, se presenta un trabajo de investigación sobre uno de los mejores deportistas españoles y su marca personal: Javier Fernández.

Con la finalidad de lograr una amplia comprensión sobre el panorama actual en relación con la marca personal, se ha llevado a cabo un marco teórico sobre la misma y su presencia en redes sociales; ya que actualmente, en la era de la globalización, las redes sociales están al alcance de cualquiera.

Instagram es la red social más utilizada por Javier Fernández, es por ello que la investigación gira en torno a esta y a los datos extraídos del deportista en la misma. Asimismo, debido a la reciente actividad de Fernández en programas de televisión, se ha podido analizar el impacto que han generado en su perfil de *instagrammer* deportivo.

La vida de todo deportista se divide en su época activa y la posterior e inevitable retirada. Es por ello que se realiza un análisis de ambas, con tal de aprender acerca de la gestión de la marca personal deportiva en estado de inactividad competitiva. De tal modo, se indaga acerca de la presencia del patinaje en los medios de comunicación y la marca personal e imagen de Fernández plasmada en los mismos.

## **PALABRAS CLAVE:**

Marca personal, marca personal deportiva, redes sociales, Instagram, *instagrammer* deportivo, Javier Fernández.

**ABSTRACT:**

In a country where football is the most practiced and widely watched sport par excellence, the successes of great athletes in minority disciplines are overshadowed. In an approach to the world of figure skating, a research project is presented on one of the best Spanish athletes and his personal brand: Javier Fernández.

In order to achieve a broad understanding of the current landscape regarding personal branding, a theoretical framework has been developed regarding it and its presence on social networks; since currently, in the era of globalization, social networks are within reach of anyone.

Instagram is the social network most used by Javier Fernández, which is why the research revolves around it and the data extracted from the athlete on it. Likewise, due to Fernández's recent activity on television programs, the impact made by them on his sports Instagram profile has been analyzed.

Every athlete's life is divided into their active period and the subsequent and inevitable retirement. That is why an analysis of both is carried out, in order to learn about the management of the sports personal brand in a state of competitive inactivity. Thus, an investigation is carried out about the presence of figure skating in the media and Fernández's personal brand and image portrayed in them.

**KEYWORDS:**

Personal brand, sports personal brand, social media, Instagram, sports Instagrammer, Javier Fernández.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
1.1. Justificación e interés del tema elegido.....	7
<b>2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>10</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
4.1. Concepto de marca personal.....	12
4.2. Marca personal en redes sociales.....	14
4.2.1. Identidad de marca o identidad corporativa.....	15
4.2.2. Marca personal en Instagram.....	16
4.2.2.1. Instagram como herramienta de comunicación.....	17
4.2.3. Marca personal en <i>influencers</i> .....	18
4.3. Marca personal deportiva.....	20
4.3.1. <i>Instagrammers</i> deportivos.....	23
4.3.2. El patrocinio deportivo y la imagen del deportista.....	24
4.3.2.1. Los deportes minoritarios y el foco mediático.....	26
4.4. Proceso de creación de la marca personal.....	28
4.5. Gestión de la marca personal.....	29
4.5.1. Gestión de la marca personal en redes sociales.....	31
<b>5. ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>32</b>
5.1. Presentación de la muestra.....	33
5.2. Perfil @javierfernandezskater.....	34
5.2.1. Instagram del patinador activo.....	35
5.2.2. Instagram del patinador retirado.....	41
5.3. Comparativa de ambas etapas del perfil.....	48
5.4. Patrocinadores.....	50
5.5. Análisis DAFO.....	52
5.6. Hexágono de la marca personal.....	54
5.7. Modelo conceptual de la imagen de marca deportiva.....	56
<b>6. RESULTADOS.....</b>	<b>60</b>
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>62</b>

<b>8. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>64</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>65</b>
<b>10. TRADUCCIÓN AL INGLÉS.....</b>	<b>80</b>
1. INTRODUCTION.....	80
2. THEORETICAL FRAMEWORK.....	81
3. CONCLUSIONS.....	85
<b>11. ANEXO 1.....</b>	<b>88</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Modelo de marca personal.....	13
<b>Figura 2:</b> Hexágono de la marca personal.....	14
<b>Figura 3:</b> Factores intervinientes en el valor de la marca personal deportiva.....	21
<b>Figura 4:</b> Modelo conceptual de la imagen de marca deportiva.....	23
<b>Figuras 5 y 6:</b> Portadas periodísticas 18 de febrero de 2018.....	27
<b>Figura 7:</b> Gestión estratégica para una marca personal.....	30
<b>Figura 8:</b> Palmarés del patinador Javier Fernández.....	32
<b>Figura 9:</b> Perfil de Instagram del patinador Javier Fernández.....	34
<b>Figura 10:</b> Datos perfil de Instagram del patinador Javier Fernández en activo.....	35
<b>Figura 11:</b> <i>Post</i> de Instagram con más <i>likes</i> y comentarios en estado activo.....	36
<b>Figura 12:</b> <i>Reel</i> de Instagram con mayor número de reproducciones en estado activo.....	37
<b>Figura 13:</b> <i>Post</i> de Instagram con menor número de <i>likes</i> en estado activo.....	37
<b>Figura 14:</b> <i>Post</i> de Instagram con menor número de comentarios en estado activo.....	38
<b>Figura 15:</b> <i>Reel</i> de Instagram con menor número de reproducciones en estado activo.....	39
<b>Figura 16:</b> Evolución <i>likes</i> en Instagram de Javier Fernández en estado activo.....	40
<b>Figura 17:</b> Datos perfil de Instagram del patinador Javier Fernández retirado.....	41
<b>Figura 18:</b> <i>Post</i> de Instagram con mayor número de <i>likes</i> desde su retirada.....	42
<b>Figuras 19 y 20:</b> Publicación de Instagram con más comentarios desde su retirada.....	43
<b>Figura 21:</b> <i>Reel</i> de Instagram con mayor número de reproducciones desde su retirada.....	44
<b>Figura 22:</b> Publicación de Instagram con menor número de <i>likes</i> desde su retirada.....	45
<b>Figura 23:</b> Publicación de Instagram con menos comentarios desde su retirada.....	45
<b>Figura 24:</b> <i>Reel</i> de Instagram con menor número de reproducciones desde su retirada.....	46
<b>Figura 25:</b> Evolución <i>likes</i> en Instagram de Javier Fernández desde su retirada.....	47
<b>Figura 26:</b> Resumen resultados muestra.....	48
<b>Figura 27:</b> Análisis patrocinios del Instagram del patinador Javier Fernández.....	50
<b>Figura 28:</b> Análisis DAFO del Instagram del patinador Javier Fernández.....	54
<b>Figura 29:</b> Modelo hexagonal de marca personal: Javier Fernández.....	56
<b>Figura 30:</b> Modelo de imagen de marca personal deportiva: Javier Fernández.....	59

## 1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se contextualiza dentro de la asignatura Trabajo Final del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Jaume I de Castellón. Dicho trabajo tiene como razón de ser la investigación y análisis de la marca personal en Instagram del deportista Javier Fernández. Siendo este, el mejor patinador español de la historia (Muñoz, 2023), a pesar de ser un gran desconocido para un notable sector de la sociedad.

Asimismo, se pretende analizar su marca personal a partir de la comparativa de audiencia en Instagram durante sus años como deportista de alto rendimiento y, tras su retirada. Antes de alejarse de la competición en 2019, el patinador obtuvo una medalla olímpica, dos títulos mundiales y siete europeos. Durante 2023, Javier lanzó una serie documental en RTVE y ha participado en el programa "Gran Hermano VIP 8".

El deportista es todo un icono en su disciplina, pasando a la historia por su carisma y compañerismo, además de por ser el primer español en conseguir semejantes triunfos. Sin embargo, al tratarse de un deporte minoritario en nuestro país, no ha conseguido la fama que otros deportistas de modalidades más consolidadas en España, como podría ser el fútbol o el tenis, han logrado (Carretero 2018). Asimismo, siempre ha intentado mantenerse en el foco mediático y mi propósito es analizar dichos resultados en relación con su perfil @javierfernandezskater en Instagram.

En definitiva, durante esta investigación se tratarán aspectos relacionados con la marca personal y el alcance en redes sociales que esta misma produce, elaborando una comparativa de la carrera en activo y la retirada del fenómeno Javier Fernández. Es por ello que pretendo investigar acerca de qué interesa más a sus seguidores, si el esfuerzo que supone una medalla olímpica o el contenido de un *reality show*.

### 1.1. Justificación e interés del tema elegido

Actualmente, con la globalización, la era digital y la masificación del uso de las redes sociales, damos por hecho que todo el mundo tiene perfiles en estas. Asimismo, se han convertido en una herramienta de creación y consolidación de marca personal (Martínez y Lara, 2014). Académicamente, me interesa especialmente este fenómeno porque se trata de un proceso para diferenciarnos individualmente como una marca. La importancia de la consolidación de una buena marca personal para posicionarse en la sociedad y en el

mundo laboral es de creciente notoriedad (Karaduman, 2013). Es por ello que, me motiva el estudio de la gestión de dicha herramienta publicitaria.

Extrapolando este fenómeno de diferenciación social sobre la base de la marca personal, a las personalidades públicas, crece la necesidad de que el mundo sepa exactamente quién eres y qué haces. Además, como usuaria de la red social Instagram, me siento atraída por la funcionalidad profesional de la misma.

El patinaje ha formado parte de mi vida desde que tengo uso de razón, por lo que quería centrar este trabajo en el deporte que tanto he practicado. Me voy a focalizar en la figura de Javier Fernández, quien ha sido un ídolo y un ejemplo a seguir para mí. Me apasiona este deporte y todo lo relacionado con él, por lo que me ha resultado interesante la vinculación con mi titulación en Publicidad y Relaciones Públicas, adentrándome en una nueva dimensión dentro de mi deporte.

A través de este proyecto de fin de grado, me propongo un reto personal como patinadora retirada. El patinaje artístico sobre hielo siempre ha sido un deporte minoritario en nuestro país, por lo que me dispongo a averiguar si socialmente se valora más la participación en un evento masivo como el *reality show* “Gran Hermano” o un logro deportivo como una medalla olímpica en dicha modalidad. En definitiva, la temática de investigación se halla motivada por un interés académico, pero también personal.

## 2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El principal objetivo del presente trabajo es analizar la gestión en redes sociales de la marca personal de un deportista de élite, atendiendo a las diferentes etapas por las que pasa. Para ello pretendo:

1. Analizar la gestión de la marca personal del deportista de élite Javier Fernández.
2. Establecer una comparativa de su audiencia en Instagram durante dos diferenciadas etapas (el deportista activo y el deportista retirado).
3. Identificar la percepción social de los logros deportivos del deportista en comparación con su participación en un *reality show* televisivo.

En definitiva, pretendo realizar una comparativa entre las dos etapas que marcan la vida de un deportista de élite, la vida en activo y la retirada. Basándome en el análisis de su perfil de Instagram, en relación con su marca personal y partiendo de datos recopilados en las publicaciones de su perfil oficial de Instagram @javierfernandezskater.

Estos objetivos buscan proporcionar una comprensión de cómo la audiencia en Instagram de la marca personal de Javier Fernández ha evolucionado a lo largo de su carrera. Enfocado a descubrir cuáles son los hechos y el contexto que ha generado el éxito de sus *posts*. Convirtiéndose estos mismos, en objeto de estudio social para comprender las motivaciones de sus seguidores.

A partir de dichos aspectos a investigar, me planteo la siguiente hipótesis con tal de poder demostrar o, por lo contrario descartar que: durante su carrera en activo, Javier Fernández consolidó su marca personal deportiva, ganando reconocimiento en redes sociales en lo que se refiere a sus éxitos; sin embargo, tras su retirada perdió audiencia en Instagram. Actualmente, con su participación en la televisión pública pretendía recuperar dicha relevancia. A pesar de ello, se pretende demostrar, a través de sus audiencias e interacciones en Instagram, que la constancia y dedicación deportivas son más relevantes para consolidar una marca personal que la participación en un *reality show* televisivo.

### 3. METODOLOGÍA

Para la realización del presente trabajo, y por ende para contestar a los objetivos e hipótesis, se ha utilizado una combinación de análisis cualitativo y cuantitativo; dando lugar de tal modo a un análisis mixto con la finalidad de realizar un análisis descriptivo de la trayectoria de Javier Fernández.

La investigación, en primera instancia ha recaído en la revisión bibliográfica de fuentes informativas de distintos autores y de carácter secundario, como son artículos, libros y estudios, entre otros, reuniendo un total de 121 fuentes. Esta información se ha utilizado para contrastar, respaldar, confirmar o descartar información expuesta durante este trabajo. De modo que ha consistido en una revisión del estado de la cuestión actual en las investigaciones sobre marca personal.

De acuerdo con la intencionalidad descriptiva que tiene la investigación, se utiliza una aproximación cuantitativa de cohorte descriptivo-exploratorio a través del análisis exhaustivo de la marca personal de Javier Fernández (Mut et al. 2022). Ya que, según Abalde y Muñoz (1992), la metodología cuantitativa concibe el objeto de estudio como externo en un intento de lograr la máxima objetividad. Asimismo, se pretende completar con técnicas de observación de la muestra de carácter cualitativo.

Se realiza un estudio del caso de la marca personal de Javier Fernández, en función de que “las investigaciones realizadas a través del método de estudio de caso, pueden ser descriptivas, si lo que se pretende es identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado” (Fernández Lerma, 2017).

Siguiendo con la delimitación del caso de estudio y atendiendo a Marcelo, et al. (1991), se entiende que dicho análisis se centra en un “caso único o raro”, correspondiendo con un objeto identificado en función de algún atributo especial o único. Siendo este el único deportista español en obtener una medalla olímpica en patinaje artístico.

La razón de ser del proyecto recae en la investigación de cuestiones relativas a la profundización en el conocimiento de la gestión de marca personal del deportista de élite retirado Javier Fernández. Es por ello que, se considera adecuada la investigación sobre ello a través de su propia actividad en la red social Instagram, es decir, mediante análisis de contenido.

El análisis de contenido es “una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos” (Andréu, 2003). Además, Abela (2002) afirma que dicha técnica sirve

para explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos. Con este método se pretende abordar con mayor exactitud la estrategia comunicativa seguida por Javier Fernández mediante su actividad en Instagram.

De tal modo se analizará el contenido del perfil oficial de Instagram de Javier Fernández, siendo este @javierfernandezskater, sobre la base de los conocimientos teóricos adquiridos previamente sobre la marca personal y especialmente en el ámbito de las redes sociales y el deporte. Enfocado de ese modo, al cumplimiento de los objetivos expuestos con anterioridad.

Tal y como más adelante en el apartado “5.1. Presentación de la muestra” será expuesto, la muestra analizada está compuesta por las últimas 646 publicaciones de Javier Fernández, compartidas entre el 8 de julio de 2015 al 11 de marzo de 2024.

Utilizando por lo tanto, la metodología cuantitativa en el análisis de cifras extraídas directamente de la muestra obtenida del perfil oficial de Instagram del mencionado deportista a modo de caso único de estudio. Asimismo, mediante la metodología de índole cualitativa se ha realizado: un análisis DAFO, un hexágono de marca personal y un modelo de imagen de marca personal deportiva. Basados en técnicas de observación de distintas variables extraídas de la investigación teórica que refuerzan la imagen de la marca personal en la estrategia del deportista en cuestión.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1. Concepto de marca personal

“Sin un producto, no es posible construir una marca” (Pérez Ortega, 2008, p.105).

Se entiende la marca personal como la gestión consciente de la imagen que transmitimos. Esta idea se ha desarrollado a partir de la publicación de Peters (1997) en la que aseguraba que “las grandes compañías entienden la importancia de las marcas. Hoy, en la era de las personas, tú debes ser tu propia marca”. Promoviendo asimismo que, las personas podían ser tratadas como marcas, en similitud al tratamiento de los productos comerciales.

Para la elaboración de una marca personal efectiva se debe conseguir que sea un reflejo de nosotros mismos, tal y como Casado (2011, p.33) afirma: “la pregunta de nuestro tiempo debe girar en torno a qué hago yo como individuo único y diferente para ser mejor y distinto”.

Podemos diferenciarnos del resto de individuos destacando nuestras características y particularidades y, por ende, desarrollando nuestra marca personal o *personal branding*. Como dice Barricart (2014, p.51): “una marca es la representación en términos de comunicación con tu alma”.

Otra definición interesante la plantea Karaduman (2013), centrándose exclusivamente en la visión de empleabilidad que se esconde tras el concepto. Dice que es comparable a un proceso en el que los distintos candidatos pueden despegar sus carreras profesionales. Sin embargo, como veremos a lo largo de la investigación, la marca personal engloba mucho más que eso, siendo útil para cualquier individuo, ya sea enfocado al mundo empresarial o utilizado en cualquier otro ambiente, con el fin de lograr la diferenciación individual.

Por su parte, Pérez Ortega (2011) defiende que el objetivo de dicho concepto, recae únicamente en el propósito de posicionarse lo más favorablemente posible en el recuerdo de alguien. Esta definición se aleja de la exclusiva empleabilidad para desarrollarse también en el entorno cotidiano y personal, globalizando, dejando de tal manera al alcance de cualquier persona la construcción de la misma.

Para la consolidación de la marca personal, se deben trabajar los propios valores, principios, prioridades y creencias (García y Moreno, 2016). Volviendo a Pérez Ortega (2008), quien profundiza más en dicho proceso al afirmar que la marca personal está compuesta por decenas de ítems que engloban desde aspectos íntimos personales hasta la gestión de la percepción (imagen) que el resto de individuos tiene sobre nosotros. Es decir,

una marca personal puede ser tan compleja como las personas y evoluciona a la vez que las mismas.

Khedher (2014) propone un modelo de marca personal, basado en un proceso de planificación de los propios individuos (Figura 1). Cuenta con tres fases, la primera reside en establecer una identidad de marca, mediante diferentes atributos para lograr la diferenciación individual. Se realiza mediante la selección de unos determinados valores y/o experiencias que sirvan para definir a la persona dentro de un rol específico. Para ello, es el propio individuo quien tiene que tomar el control de su imagen para centrarse en los resultados. En segundo lugar, se busca el desarrollo del posicionamiento de marca mediante estrategias comunicativas en línea y fuera de línea, finalmente concluye con una evaluación de la imagen de la marca.

**Figura 1:** Modelo de marca personal.



*Nota:* Elaborado a partir de “Personal branding phenomenon”, por Khedher, 2014.

Por otro lado, el modelo hexagonal de la marca personal es una metodología definida por Recolons (2020) que plantea el análisis de seis dimensiones introspectivas para el autodiagnóstico de la marca personal (Figura 2). Resulta un ejercicio interesante para obtener una amplia perspectiva de los distintos aspectos que forman la marca personal, llegando más allá de lo superficial. Siendo una herramienta de reflexión para la transformación y definición de la misma. Dicho modelo está basado en los seis elementos y/o atributos esenciales según Recolons (2020) para la construcción de una marca personal distinguida: legado de valor, identidad, ADN emocional y cognitivo, propuesta de valor, identidad percibida y resultados.

**Figura 2:** *Hexágono de la marca personal.*



*Nota:* Elaborado a partir de “Si no aportas, no importas: Claves para identificar y proyectar tu diferencial y tu valor”, por Recolons, 2020.

#### **4.2. Marca personal en redes sociales**

Las redes sociales se pueden considerar como una estructura social compuesta por individuos conectados por enlaces (Iribarren y Moro, 2011). Se encuentran en crecimiento y cada vez son más utilizadas como medios de comunicación y promoción de marca personal (Aaker, 2013).

Como se ha visto anteriormente, la marca personal alude a la creación de una identidad que distingue a un individuo en el mercado (Peters, 1997). Pues atendiendo a las redes sociales, se pueden utilizar para promocionar o construir dicho concepto. Según Lair et al. (2005), las redes sociales permiten a los individuos presentarse a sí mismos, reflejando sus valores e identidad.

También cabe destacar que la creación de la misma requiere esfuerzo y trabajo, como Pérez Ortega (2008, p.113) afirma, “una marca personal fuerte se construye a lo largo del tiempo, con trabajo, paciencia, persistencia y controlando todos los aspectos que la definen”.

Por otro lado, y según Martínez y Lara (2014), se entiende que las redes sociales facilitan la exposición de una marca personal, impactando en las personas que la siguen, en este aspecto la exposición de marca aumenta según la red de contactos del seguidor.

El posicionamiento y la presencia en medios de comunicación convencional y no convencional, así como la planificación estratégica de la presencia en redes sociales son algunas de las formas más habituales para relacionarse con los diferentes públicos (Jiménez-Morales, 2016).

La necesidad de las marcas por lograr la atención del consumidor conlleva el uso de medios no tradicionales de comunicación de marketing, como son las redes sociales (Hudson et al., 2015). Esta estrategia se dirige al uso de personas influyentes, las cuales logran generar una marca personal que impacta y genera la audiencia que los sigue o consume sus contenidos (Uribe et al., 2017).

Según Ramos (2015), dentro del mundo de las redes sociales y de la transmisión de la marca personal a través de las mismas, toma importancia el concepto de identidad digital. Se diferencia de la marca personal por el hecho de que puede existir sin que seamos conscientes de la misma. En cambio, la marca personal conlleva un proceso consciente de creación y exteriorización, en el que el individuo la puede dirigir y controlar para lograr ciertos objetivos (Ramos, 2015). La identidad digital no puede ser controlada, de hecho, puede ser suplantada y robada. Este fenómeno puede tener lugar por la desvinculación de la persona física con dicha identidad.

Asimismo, realizando un correcto uso de las herramientas digitales, podemos usar la identidad digital a modo de promoción de nuestra marca personal. Este proceso es de naturaleza comunicativa, con objetivos individuales llevados estratégicamente por medio de una plataforma (Giones y Serrat, 2010).

#### **4.2.1. Identidad de marca o identidad corporativa**

La identidad corporativa y la marca personal tienen un mismo objetivo, el de desarrollar una buena imagen y diferenciarse de la competencia. Sin embargo, la identidad corporativa se centra en la percepción de la marca y el otro concepto hace referencia a cómo se presenta el individuo (Olins, 1999). Se trata de trabajar la identidad mediante la comunicación, para intentar influir en la imagen o reputación pública (Capriotti, 2010).

Las marcas, como las personas, obtienen una identidad, es decir, representan rasgos que permiten diferenciarse de otras. Según Capriotti (2010), se debe definir la identidad corporativa con unas características centrales, perdurables y distintivas. Es decir, dicho concepto hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una marca.

Por su parte, Villafañe (2008, p.17) asegura que “la identidad corporativa es el “ser” de la empresa, su esencia”. Afirmación en consonancia con “la identidad corporativa es el reflejo de la empresa en su totalidad y, sobre todo, lo que la diferencia del resto”, de Joan Costa (2001).

Es decir, como publicó Pizzolante (2004), la identidad corporativa es una enumeración de todo lo que nos diferencia como organización singular, porque es la herramienta que permite la creación de confianza y reputación.

La identidad corporativa representa la personalidad de una organización, lo que es y pretende ser, buscando identificarse y posicionarse a sí misma como única y diferente. Con una buena identidad se pueden conseguir tres objetivos: establecer tanto el carácter como la propuesta de valor del producto, comunicar el carácter como un diferencial y generar un poder emocional más allá de la imagen mental del producto (Kotler y Keller, 2006).

#### **4.2.2. Marca personal en Instagram**

La marca personal ha sido expuesta como el ítem diferenciador de una persona en relación a quienes le rodean, siendo este el activo que condensa la percepción del conjunto de sus atributos. En la era digital actual, las redes sociales son una herramienta de comunicación de la misma, posibilitando su visibilidad (Martínez y Lara, 2014).

Una de las principales ventajas de Instagram respecto a la construcción y comunicación de la marca personal, recae en la generación de mayor notoriedad de marca, creando una comunidad de seguidores (Carretero y Borges, 2023).

La marca personal en Instagram es usada para acercarse al público objetivo, se proyecta a la comunidad a través de la imagen creada en la propia plataforma. Una de las principales herramientas para conseguir *engagement* es el *User Generated Content* (Contenido Creado por el Usuario), donde son los propios usuarios los que generan contenido para la marca, reforzando el posicionamiento de la misma. Esta estrategia de marketing suele ser complementada con otras acciones como el *feedback* de los clientes, la creación de comunidad y fidelización, definición de la imagen de marca o el aumento de visibilidad del perfil (Boneta, 2019).

La marca personal es también una herramienta de generación de seguidores, interacciones y patrocinios. Siendo, a su vez, un medio para reforzar la propia marca, ya que la dinámica de la red está retroalimentando su crecimiento (Cano-Tenorio y Paniagua-Rojano, 2017).

#### 4.2.2.1. Instagram como herramienta de comunicación

Según el IAB (2023), Instagram es consagrada en España como la segunda red social más utilizada (únicamente superada por WhatsApp). Su finalidad es la interacción entre marca y usuario por medio de contenido audiovisual, como vídeo y fotografía (Caerols et al., 2013). Es por ello que, abordando la plataforma desde una visión comunicativa, supone una herramienta de alto alcance y potencial.

La plataforma puede ser usada como herramienta multimedia para lograr la simplificación visual de la información. Es una red social donde la publicidad no es intrusiva y además proporciona dinamismo e interacción en el contenido que presenta, destacando su permanente actualización (Boccardo y Cima, 2022). Por ende, forma una red de comunicación constante y con alto alcance y repercusión entre sus usuarios.

Es a partir de dichos aspectos, por los que Instagram es considerado por Herrera Hortúa como "la red social del instante" (2021, p.6). Afirmando que toda información publicada en esta se consume de forma efímera y rápida. A lo que se añade que "es una plataforma que permite contar de forma visual, conversar con los usuarios, y explota la capacidad de expandir historias y crear significado a través del transmedia storytelling" (Arréquez y Merlo, 2020, p.7).

Actualmente, según un informe publicado por *OBS Business School* (en Giménez, 2023) casi el 60 % de la población mundial utiliza las redes sociales, que son un medio de comunicación vía Internet, fenómeno que genera un canal *online*. Este último facilita que las propias marcas puedan llegar más rápido a ellos sin tener que invertir un alto coste económico como antiguamente era necesario para desarrollar semejante comunicación (Cajas y Ynga, 2021).

La plataforma se basa en un sistema de *likes* en las publicaciones para delimitar el agrado de esta entre la sociedad. Asimismo, los comentarios permiten a los usuarios opinar, mencionar a otros usuarios e incluir *hashtags* y emoticonos (Romero, 2015). De este modo logra obtener *feedback* con el espectador y completar el proceso comunicativo.

En definitiva, Instagram conforma un espacio de convivencia entre el emisor, receptor, contenido, código, canal de transmisión y *feedback*; incentivando de tal manera, un entorno idóneo para la comunicación visual. Además, al tratarse de una de las redes sociales con mayor aceptación ciudadana, armoniza una de las principales herramientas comunicativas empresa-cliente (Arizmendi, 2020).

La comunicación visual se refiere a todo contenido que se distribuye mediante imágenes y/o vídeos, transmitidos desde un emisor hacia un receptor. Es importante tener en cuenta que cada usuario puede interpretar la misma información (por ejemplo, un *post*) de manera diferente. Esta interpretación no necesariamente varía de forma significativa entre usuarios, pero cada uno le otorgará un significado individual basado en sus experiencias previas. En el contexto de la comunicación, es crucial considerar esta premisa, reconociendo que cada consumidor reacciona de manera individual a un contenido específico (Sarmiento y Rodríguez, 2020).

#### **4.2.3. Marca personal en *influencers***

Del Santo (2011) afirma que *influencer* es cualquier persona, empresa o medio con credibilidad ante una comunidad y que cuenta con canales para llegar a una audiencia. Es por eso que llegan a convertirse en influyentes.

El fenómeno de los *influencers* se apoya en el *User Generated Content* (UGC), término con el que se hace referencia a las “creaciones de usuarios no profesionales, realizadas sin fines comerciales (directos o indirectos) y divulgadas a través de plataformas digitales”. (Liberal y Fernández, 2014, p.63). El UGC se caracteriza por su inmediatez, característica de la que se benefician las marcas.

Hoy en día convivimos con gran cantidad y diversidad de marcas personales, encontrándose cada vez más en el mundo de las redes sociales. Ejemplo de marca personal en estas plataformas son los conocidos *influencers* o *social media* influyentes (Bermúdez de Castro, 2019).

Actualmente, los jóvenes han encontrado en las redes sociales un espacio perfecto donde informar y ser informados. Sin embargo, tal y como Martínez-Sanz y González (2018) indican, solo son unos pocos los que consiguen la capacidad de influir en las decisiones de compra, estilo de vida o preferencias del resto. Haciendo que poco a poco los denominados influenciadores sociales se hayan posicionado como parte activa de la comunicación de marca.

El término *influencer* se ha popularizado con el *boom* de las redes sociales de los últimos años, llegando a ser una herramienta más del marketing. Como Fernández et al. (2018) apuntan, actualmente la figura del *influencer* es un buen altavoz y canalizador de las marcas y sus mensajes. Pese a su evolución y adaptación al contexto actual, el nacimiento se encuentra en la eclosión de la Web 2.0. Todo y que esta figura del influenciador ha existido

siempre, a diferencia de que ha sido mediante las redes sociales como ha sido potenciada (Martínez-Sanz, 2013).

Los *influencers* son una referencia importante para su comunidad, de hecho el 65 % de los usuarios españoles de redes sociales siguen a alguno de los mencionados perfiles (Sixto y Álvarez, 2020). Según González (2017), son personas que han logrado crear una identidad digital fuerte, definiendo su propio *personal branding* y desarrollándose en las redes sociales; además, los sitúa como líderes de opinión 2.0, propagando su estilo y marcando nuevas tendencias.

Roberts (2005) argumenta que la imagen proyectada a través de dichas plataformas, mantiene una directa relación con la capacidad de influencia, comprensión y proyección de la marca personal. Luque (2019) añade que los *influencers* utilizan dicha proyección para generar adhesión entre sus seguidores.

La presentación de la marca personal de un *influencer* se basa en mostrarse como personas corrientes, cuyas valoraciones y opiniones generan una relación de confianza con sus propios seguidores (Díaz, 2017). El *influencer* constituye “un claro ejemplo de marca personal porque se promociona a sí mismo como producto de mercado” (Rowan, 2014).

Por su parte, Ramos (2019) concluye con que un *influencer* es toda personalidad con un fiel séquito de seguidores en las principales redes sociales como Twitter, YouTube, Facebook o Instagram. Puntualizando Fernández (2017) que tienen cierto nivel de credibilidad en su comunidad y/o entorno, manteniendo una presencia elevada en redes sociales y con capacidad comunicativa.

El WOMMA (2013) en su *Influencer Guidebook* establece una clasificación de los *influencers*, diferenciándolos en:

- **Advocate:** se trata de una persona que defiende y apoya una causa, producto o marca de manera altruista y sin estar afiliada a la misma.
- **Ambassador:** esta personalidad cuenta con remuneración por ejercer como representante de una marca, por lo que existe un acuerdo entre ambas partes interesadas.
- **Citizen:** aquella persona que habla y comparte información ante su red de contactos, pero sin afiliación con marca alguna, de hecho, suele ser anónima para la marca en sí. No suele tener una clara intención de influencia a masas; sin embargo, transmite contenido ante un individuo o un grupo de tamaño reducido.

- **Professional occupational:** es aquel individuo que por su trabajo, está en condiciones de influir o ejercer como líder de opinión pública ante su propia comunidad. Obtienen una parte o la totalidad de sus ingresos al influir en las personas.
- **Celebrity:** aquella persona que recibe una fascinación pública generalista, correspondiendo a personalidades famosas o celebridades. Cuenta con mayor alcance que el resto de *influencers* y son efectivos para la creación de conciencia de marca.

Por otro lado, el blog *Influencity* en 2018 realizó una clasificación de los mismos atendiendo al número de seguidores y diferenciándolos en:

- **Microinfluencers:** cuentan con una comunidad entre 5.000 y 25.000 seguidores.
- **Pequeños influencers:** su comunidad se compone de entre 25.000 a 100.000 usuarios.
- **Grandes influencers:** se encuentran entre los 250.000 y el millón de seguidores.
- **Macroinfluencers:** su número de seguidores se encuentra entre 1 millón y 7 millones.
- **Celebrity:** más de 7 millones de seguidores.

Asimismo, según la clasificación planteada por David Molina en *IEBS Digital School (2022)*, según el sector en el que se sitúa su contenido, pueden diferenciarse en: moda, deporte, maquillaje, comida, entretenimiento o viajes, entre otros.

En definitiva, las marcas utilizan a estas figuras en base a su capacidad de influenciar en un segmento de sociedad, es decir, en un *target* específico. Las marcas trabajan en la búsqueda de la personalidad más afín a sus intereses con tal de generar contenido que no sea percibido como publicidad.

### 4.3. Marca personal deportiva

“El deporte en sí mismo, es un vehículo de comunicación” (Castro, 2015, p.56).

Actualmente, el deporte responde a demandas sociales, desde aspectos educativos, de ocio, salud o incluso a los espectáculos. Hechos que han derivado en la conglomeración del deporte como un sector económico prominente y de enorme magnitud (Ballesteros, 2014).

Pero no siempre ha sido así, fue a partir de 1970 cuando el deporte empezó a estar influido por los medios. Esto empezó con las primeras retransmisiones en directo, convirtiendo así a

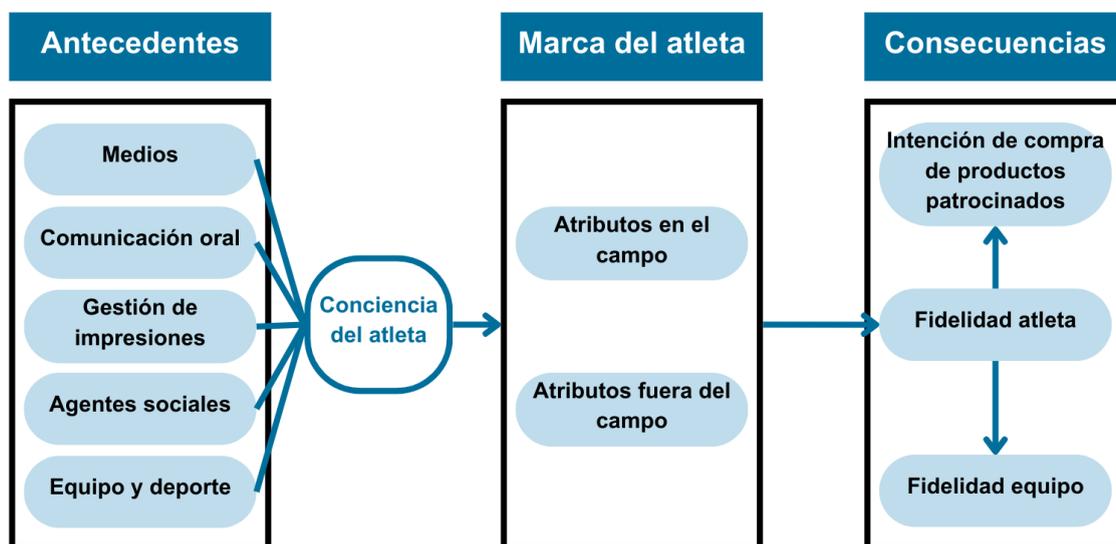
los medios en coautores, no únicamente informadores (Moragas, 2007). Según Real (2015), el crecimiento deportivo está relacionado con la comunicación, atendiendo a la exposición pública conseguida a través de diferentes medios.

En este contexto, se vuelve relevante el concepto de marca personal deportiva, que consiste en que el deportista construya una identidad propia basada en valores que le sirvan tanto en su carrera deportiva como en su vida posterior. Al definir una estrategia que refleje sus valores, el deportista podrá extender el impacto de su marca personal más allá del periodo de competición (Saborit et al., 2015).

Para crear una marca personal deportiva, el deportista necesita que los aficionados conozcan su identidad, su actividad y su singularidad respecto a otros deportistas (Montoya, 2002).

Hasaan et al. (2018) definen los factores que intervienen en el valor de marca personal deportiva (Figura 3). Indican que el reconocimiento del atleta depende de varios factores que influyen en la imagen que los deportistas proyectan en los posibles seguidores y que contribuyen a generar el valor de marca. Estos son los medios, la comunicación oral, la gestión de “la impresión”, los agentes sociales y el equipo y el deporte.

**Figura 3:** Factores intervinientes en el valor de la marca personal deportiva



*Nota:* Elaborado a partir de “A conceptual framework to understand the creation of athlete brand and its implications”, por Hasaan et al., 2018.

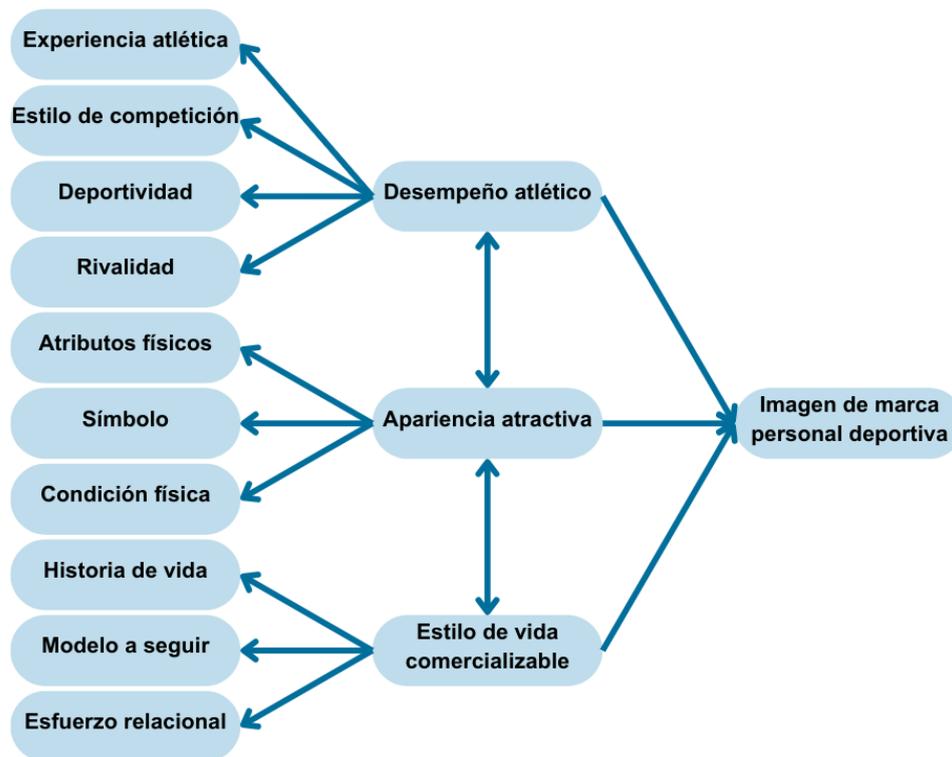
En segundo lugar, Hassan et al. tratan la dualidad “dentro del campo - fuera del campo” a la que todo atleta debe hacer frente en el momento de gestionar su marca personal. Como

Cashmore (2015) explica, actualmente el prestigio de un atleta pasa por la proyección estratégica de sus actuaciones tanto en el ámbito público como privado.

Finalmente, como conclusiones al modelo propuesto por Hasaan et al. (2018), se interpreta que cuando los aficionados mantienen una imagen favorable del deportista en cuestión, ellos mismos tienden a incrementar su lealtad hacia el atleta. Asimismo, dicha fidelidad también se interpreta como un vínculo emocional y compromiso psicológico extendido no solo hacia el deportista sino a su equipo. Por último destaca que los fans fieles a un deportista, desarrollan una intención de compra superior hacia las marcas y productos relacionados con el mismo.

Por su parte, Arai et al. (2014) sugieren un modelo conceptual de la imagen de marca deportiva (Figura 4) considerando el rendimiento deportivo como un atributo en relación con el producto (lo que para Hasaan et al. (2018) sería considerado como “dentro del campo”). De manera que sitúan como atributos fuera del campo factores como un estilo de vida comercializable, equivalente a atributos no relacionados con el producto. Sin embargo, contemplando que la apariencia de los deportistas puede ser tanto un atributo dentro como fuera del campo. Esto se debe a que la apariencia física de los atletas a menudo se asocia con la identidad de sus marcas y, por lo tanto, debe considerarse como una dimensión primaria del modelo, al mismo nivel que el rendimiento deportivo y el estilo de vida comercializable.

**Figura 4:** Modelo conceptual de la imagen de marca deportiva



*Nota:* Elaborado a partir de “Branding athletes: exploration and conceptualization of athlete brand image”, por Arai et al., 2014.

#### 4.3.1. *Instagrammers* deportivos

Los *instagrammers* son usuarios de la red social Instagram con perfiles referentes y/o líderes de opinión que mantienen cierto grado de influencia sobre sus comunidades (Sammis et al., 2015). Dichos perfiles publican contenido estratégicamente para mostrar sus estilos de vida, promocionar las marcas que les respaldan y compartir sus historias de vida diaria (Jin y Ryu, 2020).

Por su parte, Instagram se ha ido consolidando como un medio efectivo para lograr visibilidad de deportistas (Abuín-Penas et al., 2019). Debido a que los propios atletas pueden usar las redes sociales para interactuar con sus seguidores, además de para realizar acciones de marketing y patrocinios (Sharifzadeh et al., 2021).

En general los deportistas no se dedican a ser *influencers* como profesión. Sin embargo, son figuras importantes en el ámbito comunicativo (Abuín-Penas y Maíz-Bar, 2022).

Atendiendo al concepto “*instagrammer* deportivo” y a la definición de Bastero (2024), vemos que se trata de perfiles influyentes en Instagram cuyo contenido está relacionado con el deporte. Mencionando también que suelen ser atletas, entrenadores y/o entusiastas del *fitness*. Mediante su contenido, tratan de inspirar, motivar y educar a sus respectivas comunidades acerca de mantener un estilo de vida activo y saludable (Bastero, 2024).

Según De Ferrari et al. (2020) la repercusión en redes sociales tras éxitos deportivos solo persistirá si los deportistas cultivan una marca personal coherente. Si no lo hacen, su declive deportivo también afectará a su presencia comunicacional. Destacan la importancia de desarrollar una personalidad corporativa que se adapte a la realidad profesional y personal del deportista para asegurar su relevancia fuera del ámbito deportivo.

En definitiva, dichos autores insisten en que los deportistas deben aprovechar aquellas herramientas comunicativas disponibles para la creación de una marca personal que les garantice la existencia desvinculada de sus resultados deportivos. Con el fin de que, la gente les recuerde y valore una vez finalizada su actividad deportiva profesional.

#### **4.3.2. El patrocinio deportivo y la imagen del deportista**

Las marcas utilizan los valores del deporte en su publicidad comercial y corporativa, utilizando el punto de vista tradicional y *online* (redes sociales). Este tipo de publicidad cobra importancia cuando se dirige a un público objetivo aficionado al deporte, utilizando de tal modo a deportistas como modelos de conducta (Marín et al., 2024).

Atendiendo a la definición elaborada por Ennis en 2020 (p.248) sobre el concepto del patrocinio, “el patrocinador invierte en apoyo financiero o no financiero a una entidad patrocinada para abordar los objetivos comerciales y de marketing, esperando obtener un retorno de esta inversión”. Además, Van Heerden (2001) manifiesta que el patrocinio es una herramienta de promoción porque añade diferenciación al producto y permite crear valor de marca en el mercado objetivo.

Otra definición la proporciona Barrientos Santos en 2016, aludiendo a que se trata de una técnica en la que se usan medios o eventos no basados en bienes comerciales. A su vez puntualizando que, se dirigen a segmentos concretos de la población en los que tiene gran impacto sin ser demasiado agresivo o repetitivo.

Atendiendo a Díaz y Breva (2017), el patrocinio no es únicamente la ejecución de simples actos de publicidad de manera puntual, sino que se trata de un proceso integral relacionado

con las experiencias, y de relaciones a largo plazo. Es por ello que el patrocinio se refuerza con otros recursos como los eventos, la publicidad y/o las relaciones públicas.

El patrocinio puede clasificarse de muchas formas, pero uno de los criterios más comunes es según dónde se realiza, así se diferencia entre: patrocinio deportivo, patrocinio eSports, patrocinio cultural o de entretenimiento, patrocinio social, patrocinio de moda e *influencers* (Cabezuelo-Lorenzo, 2021).

El patrocinio deportivo engloba a empresas asociadas a disciplinas deportivas, equipos, deportistas individuales, federaciones, eventos y, en general, a la práctica de cualquier actividad deportiva (Cabezuelo-Lorenzo, 2021). Según el barómetro elaborado por SPSS Consulting en 2024, el 59 % de las marcas invierte al menos el 75 % de su presupuesto de patrocinio en deporte y tratándose asimismo, de la tipología de patrocinio más importante y relevante.

Según la definición de Gwinner (1997), el patrocinio deportivo se fundamenta en la transferencia de imagen que se produce durante el evento deportivo hacia la marca que lo patrocina. Asimismo, establece cuatro variables involucradas en el impacto para la transferencia de imagen: implicación hacia el evento/actividad, exposición a la acción del patrocinio, percepción de congruencia y actitud del público hacia el patrocinio general. El patrocinio de deportistas de élite implica respaldar a individuos que representan una marca, por eso está relacionado con el concepto de marca personal (Montes, 2013).

El deporte en general cuenta con una serie de valores relacionados con salud y bienestar, superación, disciplina, competitividad, emoción y/o esfuerzo; es por ello que si una marca se involucra en dicho sector, refleja que está comprometida con esos valores y el público los percibirá como propios de la empresa (Ibarrola, 2018).

Ibarrola (2018) también apunta que se debe tener en cuenta que la elección de un determinado deportista como medio de publicidad, conlleva una riesgosa elección porque las acciones de estos deportistas pueden no siempre beneficiar a la imagen. Además, la propia imagen de la empresa puede verse perjudicada no solo por las derrotas deportivas, sino por acciones y comportamientos que el atleta realice fuera de este.

Tal y como Bernaiche (2021) destaca, hoy en día, los clubes y atletas de élite ingresan más por sus patrocinadores que por sus salarios. Este hecho viene propiciado porque ellos mismos, a través de sus redes sociales, son capaces de captar a un público mayor que otros medios tradicionales como la televisión o la radio (aún más tangible en deportes minoritarios).

#### 4.3.2.1. Los deportes minoritarios y el foco mediático

Según la Real Academia Española, el deporte es “toda actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” y “minoritario”, ofrece varias acepciones: “que pertenece o relativo a la minoría” o “que está en minoría numérica”. Con esto se puede entender la terminología de “deporte minoritario”, sin embargo, el concepto ha sido desarrollado por diversos autores.

Rojas (2015) afirmó que se trata de un concepto ligado a la cultura deportiva de cada territorio y a la tradición que tenga una disciplina en la historia de cada sitio. Además, aseguró para la web *Sphera Sports* que “no necesariamente tiene que ser lo menos practicado aquello que no es visible mediáticamente”.

Los deportes minoritarios son “aquellos donde de pronto se cosechan éxitos, con suerte sonados, y se va abriendo camino a generaciones venidas gracias a la aparición de deportistas excepcionales, como el caso de Carolina Marín en el bádminton y como en su día lo fueron Ángel Nieto o Severiano Ballesteros” (Rojas, 2015).

Siguiendo con este concepto, Cantó, CEO de *SPSG Consulting and Investments* aseguró que “no hay deportes minoritarios, todo depende del ámbito geográfico. Por ejemplo, el cricket puede considerarse minoritario en España, pero es un deporte de masas en India, Bangladesh o el Reino Unido” (en García, 2019). Actualmente, y según afirma Driessens (2013), aparecer en los medios de comunicación de masas modifica el estatus del sujeto.

Ejemplificación de dicho fenómeno es el caso del patinaje artístico, según el informe “Mujeres y deportes” de Repucom 2015, en Japón el deporte más visto en la televisión por las mujeres, es el patinaje. Prestando atención a la situación de dicho deporte en España, y según las palabras de Cherta (2021) para *Hielo Español*: contamos con 765 patinadores federados, lo cual si se compra con el fútbol, “somos una gota en el océano del deporte español” ya que, cuenta con más de 1 millón de licencias federativas (en Lamelas, 2021).

Además, atendiendo a Carretero (2018), se ve que el fútbol es el deporte que aporta más notoriedad en nuestro país. Generando de tal modo que las marcas que se asocian a dicha disciplina, sean las que obtienen mejores datos.

García (2019) por su parte, reafirma la importancia de los patrocinadores para la existencia de deportes minoritarios, puntualizando que algunos clubes no pueden afrontar los gastos de un viaje para participar en campeonatos. Asimismo, los propios campeonatos son indispensables para la notoriedad del mismo porque lo que no se nombra se invisibiliza, por ello es importante encontrar patrocinios.

Los deportes considerados minoritarios o minorizados, únicamente reciben portadas cuando consiguen algún logro histórico, solo ahí los medios de comunicación dejan espacio para algo distinto al fútbol (Baraldi, 2020). Asimismo, Cabello et al. (2011) apunta que las pocas veces que estas disciplinas tienen la oportunidad de situarse en el foco mediático, el tratamiento que se ofrece es de escasa calidad.

Aldana (2020) refuerza dicha visión reforzándose en la construcción de la *agenda setting* de los periódicos deportivos. Donde se brinda mayor importancia a informaciones futbolísticas, tengan la relevancia que tengan, sobre cualquier otra área, eludiendo así contenidos que posiblemente atesoren mayor trascendencia y cumplan en mayor medida con los criterios de noticiabilidad periodística.

Hechos que quedan evidenciados en las siguientes portadas periodísticas publicadas el 18 de febrero de 2018 en “Marca” y “Sport” (Figuras 5 y 6). Donde el fútbol es el protagonista del espacio, dejando al patinador y reciente medallista olímpico Javier Fernández en un lugar de menor relevancia.

**Figuras 5 y 6:** Portadas periodísticas 18 de febrero de 2018



*Nota:* Hemeroteca de MARCA y Hemeroteca de SPORT, archivo de portadas 18 febrero 2018.

#### 4.4. Proceso de creación de la marca personal

Desde el momento en el que un usuario decide crear una cuenta para iniciarse en cualquier red social, pasa a ser creador de una marca personal. Pero para que sea efectiva y genere beneficio, se debe posicionar correctamente la marca. Es decir, debe estar en los canales adecuados y es necesario crear una imagen propia y fiel a los valores del individuo. (Olaciregui, 2018)

Cantone 2010 en su artículo “Personal branding explicado de la A a la Z”, define el proceso de creación de la marca personal mediante los siguientes conceptos:

- **Autoconocimiento:** antes de crear una marca personal, es imprescindible el conocimiento de uno mismo. Se debe tener en cuenta aspectos sobre de que se es bueno, en qué se diferencia de los demás o en qué medio se siente más cómodo.
- **Identificación del público objetivo:** a continuación hay que decidir a qué segmento de mercado vas a dirigirte como marca. Es decir, determinar qué sector de la población va a ser tu público objetivo, para ello se recomienda el uso de mapas de posicionamiento, consistiendo estos en representaciones gráficas de la situación actual del mercado en relación con el público (Merino y Sánchez 2009). En segmentos más pequeños y específicos, hay más oportunidades para diferenciarse de la competencia, mientras que en segmentos más amplios resulta más difícil destacar.
- **Establecer objetivos:** aquello que se pretende conseguir debe estar claro incluso antes de empezar con el proceso. Dichos objetivos deben estar adaptados a la situación en la que te encuentres y que sean claros y alcanzables.
- **Naming:** el nombre en cuestión debe despertar interés entre el público objetivo, anteriormente establecido. Es por ello que debe ser breve y fácil de recordar, del mismo modo que debe ser único y diferente.
- **Página web:** esta herramienta sirve para que sea sencillo encontrar a dicha marca personal por parte de los usuarios, de tal modo resulta fácil saber más acerca de la propia marca, servicios o productos. Asimismo, cabe destacar que debe estar en constante actualización y tener conocimientos acerca de dicha herramienta, con tal de establecer un dominio claro o un contenido sencillo y claro, entre otros aspectos a tener en cuenta.

- **Social Media:** las redes sociales son un instrumento para dotar de visibilidad a la marca. Pueden ser Instagram, Twitter, LinkedIn, etc., dependiendo de que se pretende con el desarrollo de la marca y a qué público se pretende llegar. De tal modo, la creación de un blog de marca es de gran ayuda para poder interactuar con los usuarios y consumidores.
- **Networking:** significa “trabajar tu red de contactos”, y cómo Pantoja (2015) describe, puede resultar determinante para tu marca personal, ya que puede reforzar las relaciones laborales con clientes y/o proveedores. Asimismo, puede dar a conocer la marca de manera eficiente e incrementar las posibilidades comerciales, a la vez que facilita la fidelización de clientes.
- **Posicionamiento:** este concepto es entendido por Kotler (2005) como el diseño de la oferta de la empresa, de modo que la propia marca ocupa un lugar definido y particular en la mente del consumidor. Asimismo, Rivera (2013) lo define como la representación de la percepción que los consumidores mantienen sobre una marca en concreto respecto de los competidores.

Por otro lado, Pérez Ortega (2014) describe el proceso de creación de una marca personal respaldándose en cuatro pilares fundamentales:

1. **Propósito:** la marca para perdurar debe tener un claro objetivo.
2. **Perfil:** debe transmitir lo que se quiera mostrar sin dejar de lado la originalidad
3. **Permanencia:** para lograr el propósito se debe trabajar constantemente hacia el objetivo.
4. **Profundidad:** el nivel de penetración en la mente de la audiencia.

Este último pilar hace referencia a que cuánto mayor sea el número de veces que se muestran las cualidades de la propia marca personal, más profundidad podrá alcanzar y será más difícil de olvidar.

#### **4.5. Gestión de la marca personal**

La gestión de la marca personal fue propuesta inicialmente por Peters (1997), quien afirmó que “somos consejeros delegados de nuestra propia compañía”. Atendiendo a Lair et al. (2005), se entiende que la gestión de la marca personal surgió a finales de la década de los 90, tratándose de un momento en el que las compañías y los empleados eran conscientes de la competitividad y complejidad del mercado de trabajo. En este entorno, la gestión de la

marca personal fue una forma más de comunicación, para dar respuesta a una situación concreta del entorno económico y laboral.

Se trata de un concepto abordado por muchos autores, para Climent y Navarro (2016), es una tendencia de recursos humanos, en la que la persona construye su propia identidad con el fin de ser más atractiva en el entorno laboral.

Siguiendo con otro autor, Flemings (2006) incide en la importancia de la primera impresión para la gestión de la marca personal, mediante el lenguaje corporal, vestuario o cómo se trata a las personas. Por su parte, Brown (2010) añade que si el individuo es capaz de alinear su carácter y sus valores y principios de manera coherente con su marca personal, entonces la persona podrá gestionar y hacerse cargo de su reputación.

Benites-Valverde y Estrada-Realpe (2021) desarrollaron un plan estratégico para la gestión de la marca personal (Figura 7). Este mismo está formado por diferentes fases y surge en base al análisis del entorno (a nivel interno y externo), con tal de conocer las tendencias del mercado, permitiendo así la reflexión sobre la misión y visión que dirigirán la actuación del marketing. Seguidamente, con la selección del público objetivo se desarrollará la segmentación del mercado, con tal de diseñar las estrategias y el posicionamiento. Finalmente, se valora la implementación y control, donde se atiende a posibles correcciones.

**Figura 7:** Gestión estratégica para una marca personal



*Fuente:* Elaborado a partir de “Elementos que conforman un plan estratégico global para la gestión de la marca personal”, por Benites-Valverde y Estrada-Realpe, 2021.

#### 4.5.1. Gestión de la marca personal en redes sociales

Según Celaya (2011), vivimos en una “sociedad en red”, es decir, una sociedad formada por redes de relaciones fortalecidas y expandidas a través de las nuevas tecnologías de carácter digital. El concepto de *networking* es uno de los factores señalados por Cantone (2010) para la gestión exitosa de la marca personal. De hecho, Internet ha posibilitado nuevas maneras de conexiones sociales.

El término *networking* hace referencia a la creación y mantenimiento de relaciones con otras personas, colectivos y organizaciones de interés, por medio de plataformas digitales como pueden ser las redes sociales (Arqués 2012).

Como anteriormente se ha visto, las marcas personales en redes sociales cada vez son más utilizadas como medios de comunicación, permitiendo a productos y servicios apropiarse de este crecimiento para sus necesidades de marketing (Aaker 2013).

La gestión de la marca personal en redes sociales implica no solo la creación de un perfil profesional atractivo y completo, sino también la publicación regular de contenidos que reflejen las competencias y valores del individuo. Dichas publicaciones y/o acciones deben estar alineadas con el perfil profesional y los objetivos a largo plazo del individuo, buscando coherencia en la comunicación de la marca personal (López y Urraco, 2018).

Para llevar a cabo la gestión de una marca es importante recurrir a distintos medios de comunicación, con tal de desarrollar y mantener la conciencia, identidad y preferencia por la misma (Paris et al., 2015).

Mientras que, Silva y Díaz (2022) inciden en la importancia de establecer conexiones significativas por medio de las redes sociales, con tal de poder participar activamente en las comunidades en línea, aumentando así el alcance y visibilidad de la marca.

## 5. ANÁLISIS DE DATOS

Javier Fernández López nació en Madrid en 1991, tal y como él mismo relata en su libro *Bailando el hielo: Una historia de superación para conquistar lo imposible* (2016), sus inicios en el patinaje artístico estuvieron marcados por la influencia de su hermana mayor Laura Fernández, también campeona de España en varias ocasiones. Javier es el mejor patinador español de la historia (Muñoz, 2023), habiendo conseguido grandes éxitos (Figura 8). Se trata del segundo patinador en conseguir siete oros europeos de forma consecutiva, igualando en este aspecto a Evgeni Plushenko, siendo este considerado “*Top of the world*” (ISU, 2014). Su trascendencia en el deporte español es innegable, siendo pionero en dicha modalidad y poniendo a España por primera vez en lo alto del podio mundial de dicha disciplina.

Por medio de las redes sociales y en especial Instagram, sus seguidores han podido seguir su trayectoria y aprender acerca de la vida de un deportista de élite. Además, gracias a su libro, su serie documental de RTVE y su participación en programas de televisión, la gente ha podido conocer más sobre su historia.

**Figura 8:** *Palmarés del patinador Javier Fernández*

Temporada	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Campeonato	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Juegos Olímpicos				14°				4°				3°	
Campeonato Mundial	35°	30°	19°	12°	10°	9°	3°	3°	1°	1°	4°		
Campeonato Europeo	28°	17°	11°	8°	9°	6°	1°	1°	1°	1°	1°	1°	1°
Campeonato de España				1°	2°	1°	1°	1°	1°	1°	1°	1°	
Final del Grand Prix						3°	4°		2°	2°	4°		
Trofeo Éric Bompard				11°							1°	1°	
Skate Canada International					5°	2°	1°		2°				
Copa Rostelecom					9°	2°		3°	1°	1°	1°		

**LEYENDA:**  MEDALLA DE ORO  MEDALLA DE PLATA  MEDALLA DE BRONCE

*Nota:* Elaborado a partir de ISU Results - International Skating Union, (s. f.).

## 5.1. Presentación de la muestra

A continuación se presenta un resumen de los datos recopilados del perfil del deportista Javier Fernández en Instagram, siendo este @javierfernandezskater. Tal y como inicialmente ha sido explicado, se ha analizado una muestra de 646 publicaciones de Instagram en mencionado perfil (anexo 1), comprendidas entre el 8 de julio de 2015 y el 11 de marzo de 2024. En el análisis se aprecia detalladamente el estado del patinador (diferenciando la actual etapa como patinador retirado y la pasada como deportista de élite en activo), estando las publicaciones ordenadas cronológicamente. También se aprecian los datos disponibles sobre las cifras de *likes*, reproducciones y comentarios, además de la tipología de publicación y una breve descripción sobre el contenido y/o motivo de la misma.

La elección de la plataforma Instagram como medio de análisis de su marca personal se debe a que es la red social en la que el patinador muestra más actividad, además es gestionada por él mismo. La etapa contabilizada como patinador activo corresponde al tiempo transcurrido entre el 8 de julio de 2015 y el 20 de enero de 2019. Asimismo, su etapa como deportista retirado se delimita entre el 29 de enero de 2019 y el 11 de marzo de 2024.

El motivo de la selección de 646 publicaciones y de las mencionadas fechas, corresponde con que el deportista ha compartido 323 publicaciones desde su retirada hasta la fecha (marzo de 2024). Por tanto, con tal de la obtención del mismo tamaño de muestrario de su estado activo y con la finalidad de obtener semejanzas y comparaciones objetivas, se han seleccionado las últimas 323 publicaciones que realizó en estado de actividad competitiva, delimitando de tal modo y en función de las mismas, las fechas.

Durante el presente análisis de la muestra, las publicaciones son clasificadas en 485 *posts*, 70 carruseles y 91 *reels*, siendo 86 de ellas de carácter publicitario. Asimismo, reúnen 7.066.119 *likes*, 98.222 comentarios y 7.081.060 reproducciones. Manteniendo una media de 8.436 *likes* y 67 comentarios atendiendo a la muestra total seleccionada.

En el anexo 1 se pueden observar los propios datos de índole cuantitativa de las publicaciones atendiendo a fecha, formato, *likes*, reproducciones y comentarios. Además, se ha realizado una clasificación de las mismas en función de la descripción del contenido, de si Fernández aparece con otros patinadores de talla internacional, de si aparece una pista de patinaje, de si la imagen es coetánea a la publicación o más antigua, de si está relacionado con alguna causa social, si contiene información publicitaria o de patrocinio, de si es una imagen de medios de comunicación (relacionada con programas de tv, radio, periódicos, etc.), y de si aparece con su pareja.

## 5.2. Perfil @javierfernandezskater

Prestando atención al perfil oficial del Instagram a fecha de 3 de abril de 2024 del patinador, destacan los siguientes datos: cuenta con 257 mil seguidores, 1385 seguidos por él y 897 publicaciones. Dicho perfil es @javierfernandezskater, siendo de índole pública.

En base a la biografía de su perfil (Figura 9) vemos sus principales logros deportivos (medallas mundiales, europeas y olímpicas), el perfil de su *booking*, correo electrónico de contacto y enlace a su página web. Además, cabe destacar la imagen de su perfil, siendo de las Olimpiadas de Sochi 2014 cuando el patinador fue el abanderado español en la ceremonia de apertura.

**Figura 9:** Perfil de Instagram del patinador Javier Fernández



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (3 de abril 2024).

Ésta es su carta de presentación en dicha red social, mostrando en esta misma contenido muy variado, desde sus éxitos deportivos, planes con amigos, concienciación con asociaciones y causas sociales y hasta el anuncio de sus proyectos más importantes como Revolution On Ice.

### 5.2.1. Instagram del patinador activo

El perfil @javierfernandezskater realiza publicaciones en Instagram desde el 16 de septiembre de 2012, siendo ya deportista de élite. Sin embargo, el análisis del mismo ha sido empezado a partir del 8 de julio de 2015, con la finalidad de estudiar sus últimas 323 publicaciones de esta etapa. Asimismo, el análisis de su primera etapa diferenciada, termina

el 20 de enero de 2019, siendo publicado este día su último *post* antes de la oficialización de su retirada del patinaje de competición a sus 26 años. De este modo, se ha establecido a esta etapa una duración de 3 años, 9 meses, y 18 días.

En la siguiente tabla (Figura 10) quedan plasmados dichos datos sobre el patinador entre el dichas fechas:

**Figura 10:** Datos perfil de Instagram del patinador Javier Fernández en activo

Media <i>likes</i>	8.682
Media comentarios	67
Total <i>likes</i>	3.815.343
Total comentarios	40.006
Nº <i>posts</i>	282
Nº carruseles	7
Nº <i>reels</i>	34
Nº publicaciones patrocinadas	62

*Nota:* Elaboración propia (26 de abril de 2024).

Durante esta etapa el patinador ha obtenido una media de 8.682 *likes* y 67 comentarios por publicación. Sin embargo, sumando el total de datos, en esta etapa obtuvo 3.815.343 *likes* y 40.006 comentarios. Si atendemos a la tipología de publicaciones apreciamos que el formato más repetido es el *post*, habiendo realizado 282 y conformando el 87,3 % de sus publicaciones. Asimismo, también realizó 7 carruseles y 34 *reels*. Por último, también destacar que 62 de sus publicaciones están correctas y visiblemente etiquetadas como publicidad o contenido patrocinado.

Su publicación de esta etapa con un mayor número de *likes*, es a su vez la publicación que cuenta con mayor número de comentarios (Figura 11). Estas cifras equivalen a 83.765 *likes* y 3.761 comentarios, se trata de un *post* publicado el 17 de febrero de 2018 con motivo de compartir la medalla de bronce olímpica obtenido en los JJOO de Pyeongchang 2019.

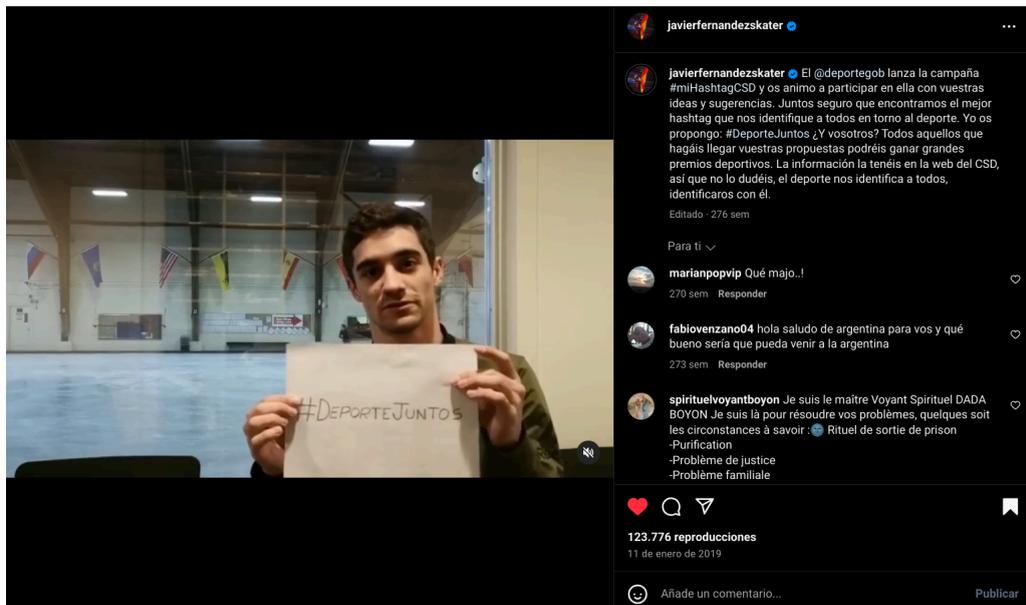
**Figura 11:** Post de Instagram con más likes y comentarios en estado activo



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (23 de abril 2024).

Siguiendo con esta línea, a continuación se muestra el *reel* con un mayor número de *likes* (Figura 12). Cuenta con 123.776 reproducciones y corresponde a un vídeo publicitario del Consejo Superior de Deportes, cuyo mensaje es “#DeporteJuntos” y aparece el patinador hablando sobre él mismo en su pista de entrenamiento de Toronto, Canadá. Asimismo, la publicación cuenta con 22.230 *likes* y 139 comentarios, siendo compartida el 11 de enero de 2019. Además, corresponde con la penúltima publicación que el deportista realizó en estado activo.

**Figura 12:** Reel de Instagram con mayor número de reproducciones en estado activo



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (26 de abril 2024).

Por otro lado, hablando de sus publicaciones con peores resultados, es necesario mencionar el *post* realizado el 28 de septiembre de 2016, cuya publicación únicamente cuenta con 1.863 *likes* (Figura 13). La publicación corresponde con el lamento de la muerte de Jef Billings a sus 71 años, siendo partícipe del espectáculo de patinaje japonés “Stars On Ice” en el que Javier Fernández es miembro activo. Se trata de una fotografía del difunto Billings que cuenta con 10 comentarios.

**Figura 13:** Post de Instagram con menor número de likes en estado activo



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (26 de abril 2024).

Siguiendo con la misma línea, se va a tratar la publicación con un número de comentarios menor, siendo un *post* del 22 de marzo de 2016 y contando con 6 comentarios (Figura 14). Se trata de una ilustración de un corazón con los colores de la bandera de Bélgica, en sensibilización con el atentado terrorista sucedido en Bruselas. Asimismo, la publicación cuenta con 4.122 *likes*.

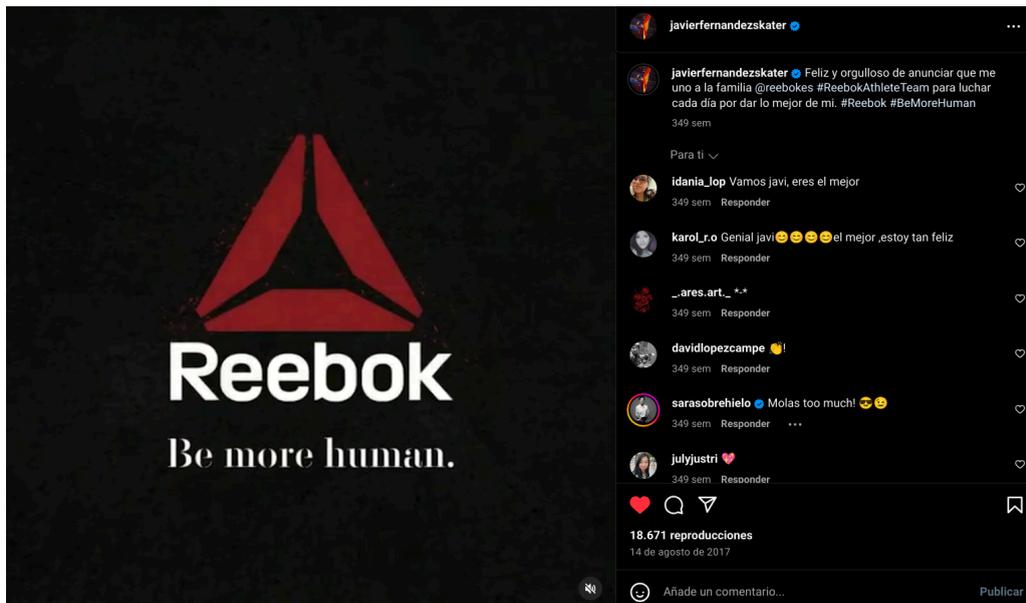
**Figura 14:** *Post de Instagram con menor número de comentarios en estado activo*



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (26 de abril 2024)

También cabe mencionar el *reel* con menor número de reproducciones, siendo un vídeo promocional de la marca deportiva Reebok (Figura 15). Se trata de un entrenamiento al aire libre con ropa de dicha marca en la que a parte de Javier Fernández aparece el piragüista español Saúl Craviotto. Cuenta con 18.671 reproducciones, 4.917 *likes*, y 51 comentarios, siendo publicado el 14 de agosto de 2017.

**Figura 15:** Reel de Instagram con menor número de reproducciones en estado activo



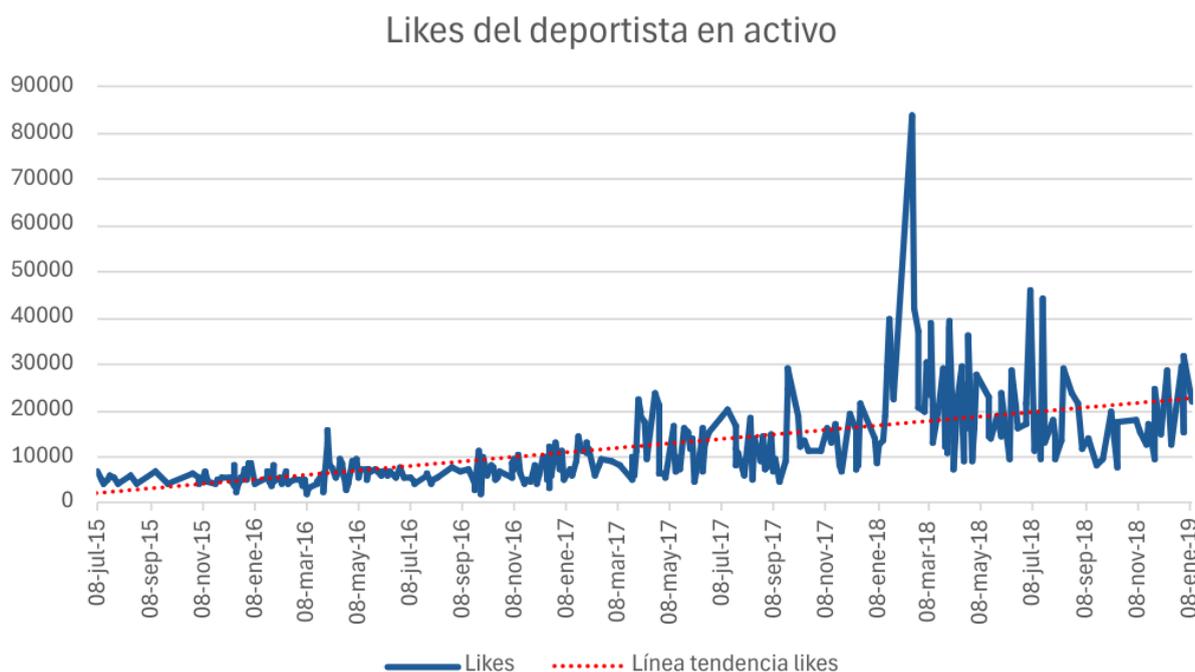
*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (26 de abril 2024).

Una vez analizadas las publicaciones con mayor y menor acogida entre el 8 de julio de 2015 y el 20 de enero de 2019, cabe destacar que ninguna de las publicaciones con peores resultados está protagonizada directamente por Javier Fernández, al contrario de las publicaciones con mayores resultados.

Atendiendo a su media de *likes* por año, se ha podido saber cuál ha sido su mejor año en términos de popularidad de su marca personal en Instagram. Desde julio de 2015 hasta final de año, realizó un total de 37 publicaciones con una media de 4.987 *likes*; durante todo 2016 realizó 110 publicaciones con una media de 6.126 *likes*; en 2017, 89 publicaciones con media de 11.308 *likes*; y por último, en 2018, 86 publicaciones con una media de 17.897 *likes*. Estas cifras reflejan como 2018 fue su mejor año en lo que a la popularidad de Instagram afecta. De tal modo se ha podido contabilizar una media de 89 publicaciones anuales, teniendo en cuenta únicamente aquellos años contabilizados íntegramente, siendo desde 2016 hasta 2018, ambos incluidos.

Asimismo, se ha realizado una gráfica con la finalidad de plasmar la evolución de *likes* a lo largo de la mencionada etapa (Figura 16).

**Figura 16:** Evolución likes en Instagram de Javier Fernández en estado activo



*Nota:* Elaboración propia (26 de abril de 2024).

A partir de la anterior gráfica, observamos una clara tendencia hacia la popularidad de sus publicaciones desde el año 2015 hacia el 2019, empezando por cifras por debajo de 10.000 *likes*, y terminando con una inclinación superior a dicha cifra. Asimismo, destaca notablemente una publicación, siendo la mencionada al inicio del apartado y correspondiendo a la medalla olímpica obtenida en los Juegos de Pyeongchang en febrero de 2018.

También es importante resaltar que las publicaciones relativas a algún aspecto olímpico, muestran una acogida superior a la media. Asimismo, cabe destacar las publicaciones en las que aparece su novia Marina Ríos, produciendo subida considerable de *likes*, en comparación por ejemplo con publicaciones en el gimnasio. Mencionar que ha compartido 33 publicaciones con su pareja, inicialmente con la patinadora japonesa Miki Ando y posteriormente con la mencionada Marina Ríos.

A partir de la recopilación de datos, se ha podido contabilizar que en 74 publicaciones el deportista aparece con algún otro reconocido patinador, asimismo, 103 publicaciones están realizadas en una pista de patinaje artístico sobre hielo. 3 imágenes son de índole antigua (no reciente), es decir de su adolescencia y niñez. Siguiendo con la misma línea, se ha contabilizado un total de 169 publicaciones de temática internacional y 15 relacionadas con la ayuda y visibilidad de causas sociales.

### 5.2.2. Instagram del patinador retirado

En la siguiente tabla (Figura 17) quedan plasmados dichos datos sobre el patinador entre el 29 de enero de 2019 y el 11 de marzo de 2024:

**Figura 17:** Datos perfil de Instagram del patinador Javier Fernández retirado

Media likes	8.281
Media comentarios	66,5
Total likes	3.250.786
Total comentarios	2.075
Nº posts	204
Nº carruseles	63
Nº reels	56
Nº publicaciones patrocinadas	24

*Nota:* Elaboración propia (26 de abril de 2024).

En esta segunda etapa, se ha analizado desde la retirada del patinador en enero de 2019 hasta la actualidad, siendo un total de 5 años, 1 mes y 11 días. La muestra cuenta con 323 publicaciones comprendidas entre el 29 de enero de 2019 y el 11 de marzo de 2024. Entre estas publicaciones se encuentran 204 *posts*, 63 carruseles y 56 *reels*, entre los que se aprecia una media de 8.281 *likes* y 66,5 comentarios. Asimismo, ha obtenido un total de 3.250.786 *likes* y 2.075 comentarios, también ha realizado un total de 24 publicaciones patrocinadas.

A través del análisis de los datos extraídos desde su perfil oficial de Instagram @javierfernandezskater, destacamos el siguiente *post* (Figura 18) a modo de publicación con mayor número de *likes* desde su retirada.

**Figura 18:** Post de Instagram con mayor número de likes desde su retirada



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

El mencionado *post* corresponde a una fotografía de los patinadores Javier Fernández, Yuzuru Hanyu y Nam Nguyen, en una gala organizada por parte del “Canal Olímpico”. La publicación cuenta con 58.837 *likes* y 623 comentarios. Se trata concretamente de la novena publicación desde que empezó su trayectoria como deportista retirado, siendo ésta misma el 24 de marzo de 2019, dos meses después de dejar el deporte de élite. También mencionar que ese mismo día realizó otra publicación en la que aparece con la también patinadora Meryl Davis, sin embargo no generó la misma repercusión que el mencionado *post*, quedando actualmente con 25.417 *likes* y 63 comentarios.

En el perfil del deportista español destacan las publicaciones con el mencionado patinador japonés Hanyu, siendo ambos compañeros de entrenamiento y compartiendo múltiples podios en competiciones internacionales. Podemos ver a ambos juntos en 4 publicaciones, siendo estas de las que mayor número de *likes* obtienen, concretamente siendo 54.457, 38.896, 52.296 y la anteriormente mencionada que cuenta con 58.837.

Cabe mencionar la publicación con mayor número de comentarios (Figuras 19 y 20) 18.428, y 32.181 *likes*. Se trata de un carrusel de dos fotografías, publicado el 29 de octubre 2019 (nueve meses después de su retirada), en el que anuncia que se ha operado en la Clínica Baviera para poder deshacerse de sus gafas y lentillas, y que a modo de celebración quiere regalar sus patines. Realizó un sorteo entre sus seguidores que comentaron en dicha publicación.

Figuras 19 y 20: Publicación de Instagram con más comentarios desde su retirada



Nota: Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

Javier Fernández ha colaborado en numerosos programas de televisión y así lo ha plasmado en su perfil de Instagram. Encontramos programas como “Gran Hermano VIP 8”, “El Hormiguero”, “La resistencia”, “Un País en Danza” y “Un año de tu vida”, entre otros. Sin embargo, es con el primero mencionado, “GH VIP 8”, con el que publicó un *reel* que le ha otorgado su cifra más alta en cuanto a reproducciones (Figura 21), siendo 974.570. El vídeo consiste en un fragmento del *reality* en el que Javier Fernández anuncia su abandono del programa. Además, cuenta con 11.343 *likes* y 981 comentarios. También cabe destacar que se trata de una publicación compartida, es decir, publicada en cuatro cuentas

simultáneamente, siendo estas la del propio Javier Fernández (@javierfernandezskater), la del programa “Gran Hermano” (@ghoficial), la del canal Telecinco (@telecincoes) y la de la empresa Mediaset España (@mediasetcom).

**Figura 21:** Reel de Instagram con mayor número de reproducciones desde su retirada



*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

Por otro lado, a continuación se tratarán las publicaciones con peores resultados en esta etapa del deportista. En primer lugar se va a prestar atención a la publicación con menor cifra de *likes* (Figura 22), corresponde con un carrusel compuesto por 4 clips de su documental “Rompiendo el hielo”. Cuenta con 1.041 *likes*, y 12 comentarios, siendo publicado el 23 de agosto de 2023, se trata de su decimotercera publicación más reciente. Además, al igual que el anterior *reel* mencionado, es una publicación compartida, en este caso el deportista compartió la publicación con RTVE Play (@rtveplay) y RTVE (@rtve).

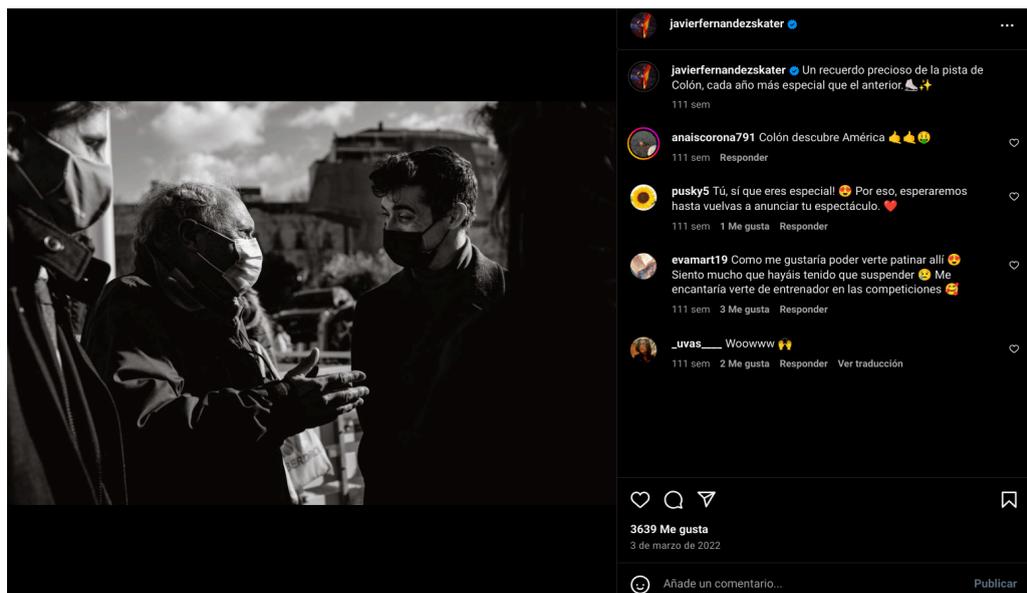
Figura 22: Publicación de Instagram con menor número de likes desde su retirada



Nota: Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

Siguiendo por el mismo camino, se destaca su publicación del 3 de marzo de 2022 (Figura 23), teniendo cuatro comentarios. Se trata de una fotografía en blanco y negro en la pista de hielo de la Plaza de Colón en Madrid que obtiene 3.639 likes. Ese mismo día también publicó un *post* referente a su espectáculo de patinaje “Revolution On Ice” que cuenta con 63 comentarios.

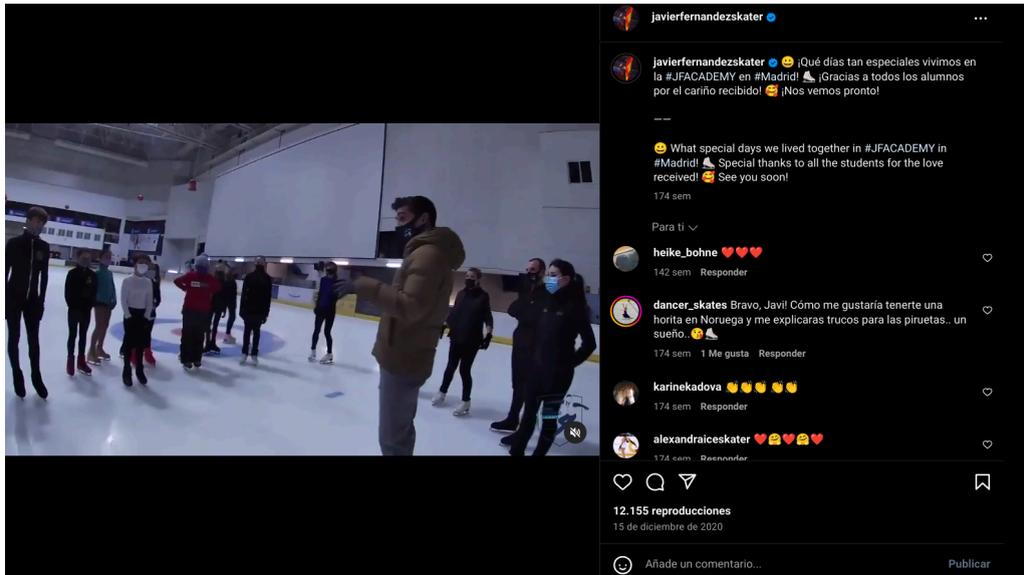
Figura 23: Publicación de Instagram con menos comentarios desde su retirada



Nota: Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

Atendiendo a las reproducciones, mencionar que su *reel* con peores cifras tiene 12.155 reproducciones y corresponde con un vídeo del propio Javier Fernández como entrenador en su academia de patinaje “JF Academy” (Figura 24). Publicado el 15 de diciembre de 2020, cuenta con 3.007 *likes* y 30 comentarios.

**Figura 24:** *Reel de Instagram con menor número de reproducciones desde su retirada*



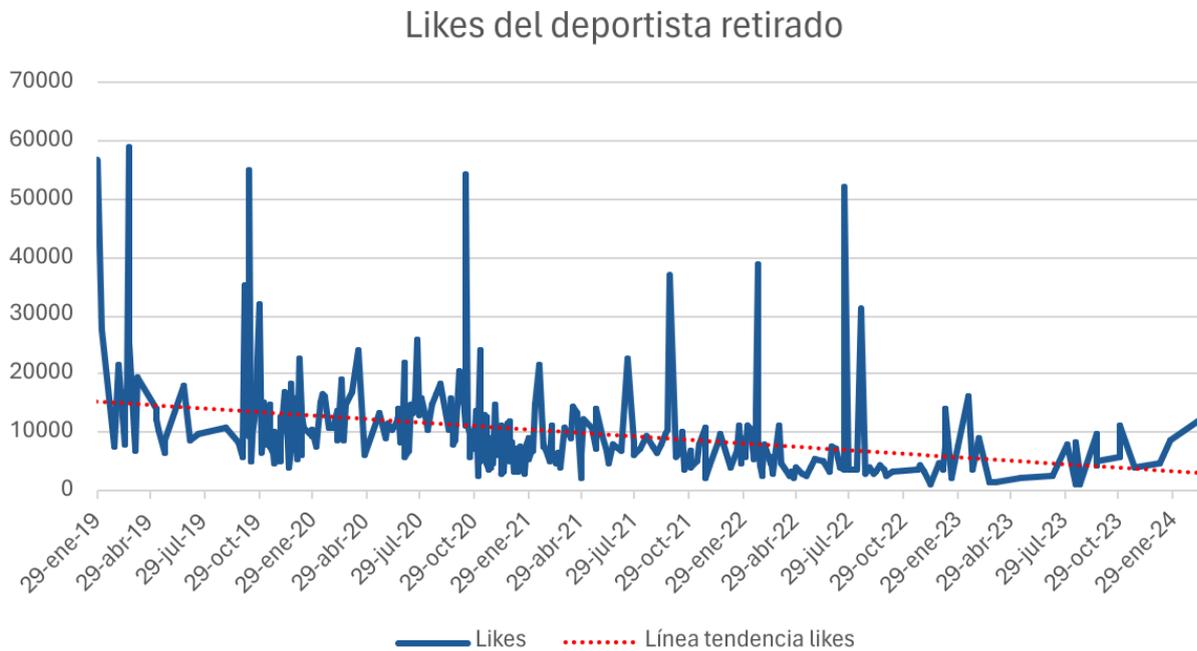
*Nota:* Perfil de Instagram de Javier Fernández [@javierfernandezskater] (20 de abril 2024).

Siguiendo con datos extraídos de su perfil y prestando atención a su actividad de publicación, se desvela que en 2019 (partiendo del 29 de enero) realizó 69 publicaciones con una media de 10.563 *likes*; en 2020 hizo 102 con media de 10.647 *likes*; en 2021 hizo 64 con media de 7.348 *likes*; en 2022 realizó 58 con media de 4.356 *likes* y en 2023 hizo 26 con una media de 4.173 *likes*. También cabe mencionar que en los tres meses de actividad en 2024, se ha contabilizado un total de 4 publicaciones con una media de 8.757 *likes*. Apreciamos un considerable descenso en cuanto a su participación en la mencionada red social, sin embargo consigue una media de 64 publicaciones anuales. Asimismo, también se aprecia un marcado descenso en cuanto al nivel de *likes* de las mismas, también se ve como el motivo más repetido en dichas publicaciones coincide con su espectáculo “Revolution On Ice”, es decir, la mayoría de las publicaciones están orientadas al deporte del patinaje y la promoción de sus propios proyectos.

A continuación se presenta un gráfico indicativo de la evolución de los *likes* de las publicaciones del patinador tras su retirada (Figura 25). Se aprecian un total de siete publicaciones con cifras elevadas, presentando más de treinta y siete mil *likes*. Los motivos de las mismas son el anuncio oficial de su retirada, un entrenamiento a niños japoneses, el

patinador Yuzuru Hanyu como se ha mencionado anteriormente, y la patinadora rusa Evgenia Medvedeva.

**Figura 25:** Evolución likes en Instagram de Javier Fernández desde su retirada



*Nota:* Elaboración propia (20 de abril de 2024).

Asimismo, se ha podido apreciar como las publicaciones más alabadas por sus seguidores corresponden al mundo del patinaje, concretamente cuando Javier Fernández es retratado junto a otros campeones mundiales como Hanyu y Medvedeva. Hecho que lleva a la internacionalización del perfil con otros usuarios de Japón y Rusia. Estando el patinaje en el foco mediático japonés (Repucom, 2015), tal y como se ha explicado anteriormente en el marco teórico. Prestando atención a dicha información, se han contabilizado 87 publicaciones con temática internacional.

También se han podido extraer datos respectivos al contenido de las publicaciones: hay 50 publicaciones en las que Javier Fernández aparece con algún otro reconocido patinador, asimismo, 184 publicaciones albergan una pista de patinaje. 37 publicaciones corresponden a imágenes no recientes, es decir, a pasadas competiciones como los Juegos Olímpicos o a su adolescencia. Además, 16 publicaciones son acerca de ayuda y/o concienciación con causas sociales como fundaciones para la investigación de enfermedades o a la visibilidad del síndrome de DOWN. Por último, mencionar que en esta etapa únicamente ha compartido tres publicaciones con su pareja.

### 5.3. Comparativa de ambas etapas del perfil

Tras el análisis de las 646 publicaciones seleccionadas y divididas en dos etapas, se procede a la interpretación y comparación de ambas (Figura 26) atendiendo al contenido y temática:

- **Con otros patinadores de talla mundial:** con esta variable se contabilizan aquellas publicaciones en las que a parte del propio Javier Fernández, aparece como mínimo otro patinador o patinadora que haya competido a nivel internacional.
- **Imagen no actual:** aquí aparecen representadas aquellas imágenes que no pertenecen a su año de publicación, es decir, cuando publica imágenes de su infancia o juventud. Por lo tanto, también se contabilizan según esta variable aquellas imágenes de su estado activo que el patinador ha realizado estando retirado.
- **En una pista de patinaje:** atendiendo a la presencia de una pista de patinaje en la publicación. Se contabilizan dentro de la misma categoría aquellas publicaciones donde únicamente aparece una pista de patinaje (con o sin patinadores), como imágenes de Javier Fernández patinando.
- **Causa social:** dentro de la misma, se alberga apoyo a fundaciones, concienciación con problemas sociales como el *bullying* o visibilidad de enfermedades como el cáncer o el síndrome de DOWN.
- **Publicidad:** en esta variable se contabilizan aquellas publicaciones con contenido publicitario o patrocinado.
- **Temática internacional:** identificando como tal aquellas imágenes pertenecientes a otro país o con alguna persona con nacionalidad distinta a la española.
- **Medios de comunicación:** aquellas publicaciones en las que aparece algún medio de comunicación, atendiendo a periódicos, radio o programas de televisión.
- **Con su pareja:** contabilizando aquellas publicaciones en las que el deportista aparece con su pareja sentimental, siendo Miki Ando o Marina Ríos.

**Figura 26:** Resumen resultados muestra

	ACTIVO	RETIRADO	MUESTRA TOTAL
Muestra de publicaciones	323	323	646

<b>Total likes</b>	3.815.333	3.250.786	7.066.119
<b>Total comentarios</b>	40.006	58.216	98.222
<b>Total reproducciones</b>	1.841.587	5.239.473	7.081.060
<b>Con otros patinadores de talla mundial</b>	74	50	124
<b>Imagen no actual</b>	3	37	40
<b>En una pista de patinaje</b>	103	184	287
<b>Causa social</b>	15	16	31
<b>Publicidad</b>	62	24	86
<b>Temática internacional</b>	169	87	256
<b>Medios de comunicación</b>	11	20	31
<b>Con su pareja</b>	33	3	36

*Nota:* Elaboración propia (27 de abril de 2024).

A partir de la anterior tabla de contenido, y atendiendo a la publicidad integrada en sus publicaciones, se ha observado como en su etapa activa compartió 62 *posts* patrocinados y disminuyendo a 24 en su siguiente etapa, correspondiendo con un 19,3 % y un 7,4 % respectivamente. Denotando un descenso en el interés de las marcas por patrocinar al deportista en la actualidad, tal y como será desarrollado más adelante.

Pese a ello, cabe destacar que Javier Fernández ha compartido casi el doble de publicaciones relacionadas con medios de comunicación (albergando programas de televisión, radio y prensa escrita) estando retirado que activo. Es decir, En su época competitiva, realizó 11 publicaciones con la mencionada temática (siendo el 3,4 % de la muestra) y en su segunda etapa 20 (correspondiente al 6,2 %). Es por ello que el patinador ha compartido más contenido acerca de programas y medios de comunicación tras su retirada. Entre las últimas publicaciones mencionadas cabe destacar las correspondientes al programa “Gran Hermano”, siendo un total de seis. De tal modo, mencionar las diversas veces que ha visitado el plató de “El Hormiguero” y “La Resistencia”.

En su época activa obtuvo más cantidad de *likes* que en su otra etapa, sin embargo, atendiendo a la cifra de comentarios y reproducciones, el balance resulta más favorable estando retirado de la alta competición. También mencionar que 37 de sus publicaciones de

su etapa como patinador retirado y correspondiendo con un 11,5 % de las mismas, atienden a imágenes antiguas, es decir, aludiendo a su etapa competitiva.

Además, en su etapa competitiva, el 31,9 % de su contenido era en una pista de patinaje sobre hielo, en cambio, tras su retirada dicho porcentaje ha aumentado hasta el 56,9 % (pasando de 103 a 184 publicaciones). Y el 60,7 % (169 publicaciones) de su contenido en estado activo corresponde a temática internacional, en decrecimiento en su estado retirado, siendo el 26,9 % (87 publicaciones).

Asimismo, en todo momento ha mantenido el contacto con diferentes causas sociales, siendo 15 las publicaciones con dicho motivo en su fase activa y 16 en la retirada.

#### 5.4. Patrocinadores

En base al marco teórico, el patrocinio es fundamental en el desarrollo de una carrera deportiva profesional, seguidamente se analiza el caso de Javier Fernández (Figura 27). Como se aborda en su documental de RTVE (2013) fue su propia familia la que sustentó al patinador durante muchos años ya que “los patrocinadores tardaron mucho en llegar”.

**Figura 27:** *Análisis patrocinios del Instagram del patinador Javier Fernández*

PATROCINADOR	PUBLICACIONES EN ACTIVO	PUBLICACIONES RETIRADO	TOTAL
The Lemon Age	0	4	4
Mitsubishi Electric	0	1	1
San Silvestre Vallecana	0	1	1
Playstation	2	1	3
Colgate	0	1	1
Uniqlo	0	8	8
Freex Day Experience	0	1	1
La Liga	18	3	21
Huawei	3	2	5
Clínica Baviera	0	1	1
Martinelli	0	1	1

<b>Laboratorios Ynsadiet</b>	2	0	2
<b>Reebok</b>	11	0	11
<b>Spain in 10 Sec.</b>	2	0	2
<b>Lastlap</b>	1	0	1
<b>Gym Virtual</b>	2	0	2
<b>San Miguel 00</b>	1	0	1
<b>UCAM Universidad</b>	7	0	7
<b>Joma</b>	11	0	11
<b>Quirón Salud</b>	6	0	6

*Nota:* Elaboración propia (3 mayo de 2024).

Su última publicación patrocinada corresponde al 24 de mayo de 2021, siendo esta misma un *post* con 7.283 *likes* de mano de la marca *The Lemon Age*. Dicha marca se encarga de promocionar el limón en Francia, Alemania, España, Estados Unidos y Canadá bajo el concepto creativo “*Welcome to The Lemon Age*”. El patinador ha compartido contenido patrocinado por mencionada marca en cuatro ocasiones, todas ellas tras su retirada y siendo la primera de ellas el 23 de octubre de 2020. Otra marca destacada en esta etapa del patinador es *Uniqlo*, con un total de 8 colaboraciones estando retirado, siendo la primera el 2 de octubre 2019 y la última el 29 de junio de 2020, esta marca de ropa internacional con origen japonés defiende el concepto “*LifeWear*” dentro del mundo del deporte profesional.

Prestando atención a su carrera en activo, destacan las 18 publicaciones con la marca *La Liga*, las 11 de *Reebok* y las 11 de *Joma*. En el acto de presentación del patrocinio de Javier por parte de *La Liga*, se dijo que el objetivo del mismo era llevar el fútbol español por todos los rincones del mundo (La Liga, 2017); la primera publicación de dicha colaboración fue difundida el 22 de marzo de 2016 mediante un *post* con 4.831 *likes*. *Reebok*, por su parte, realizó el patrocinio bajo el lema “*Featuring the best*” crea nuevas maneras de expresar el deporte y el estilo; sus publicaciones se comprenden entre el 14 de agosto y el 29 de agosto de 2018. Por último, *Joma* patrocinó al deportista entre 23 de noviembre de 2015 y el 3 de abril de 2016; esta marca cuenta con el trabajo, el compromiso y la constancia como valores principales.

Atendiendo a los datos extraídos de su perfil de Instagram reflejados en el anexo 1, Javier Fernández desde su retirada comparte menos publicaciones patrocinadas (pasando de 62 a

24 tras su retirada). Reflejándose de tal modo que la disminución de dicho número está vinculada a un cambio en su actividad deportiva profesional y enfoque de su contenido. A pesar de que durante su carrera activa, su perfil se utilizaba como plataforma de promoción de marcas relacionadas con el mundo del deporte y el estilo de vida saludable, su retirada ha marcado un cambio en su red social. Ahora, su perfil está más enfocado a la promoción de proyectos personales, participaciones en programas de televisión y eventos mediáticos, así como su compromiso con causas sociales. Esto ha disminuido la presencia del contenido patrocinado que comparte, así como también la dinámica del mismo ya que, ahora los patrocinios se enfocan a algunos de sus proyectos como la *JF Academy*, la cual estuvo patrocinada tecnológicamente por *Mitsubishi Electric*.

### 5.5. Análisis DAFO

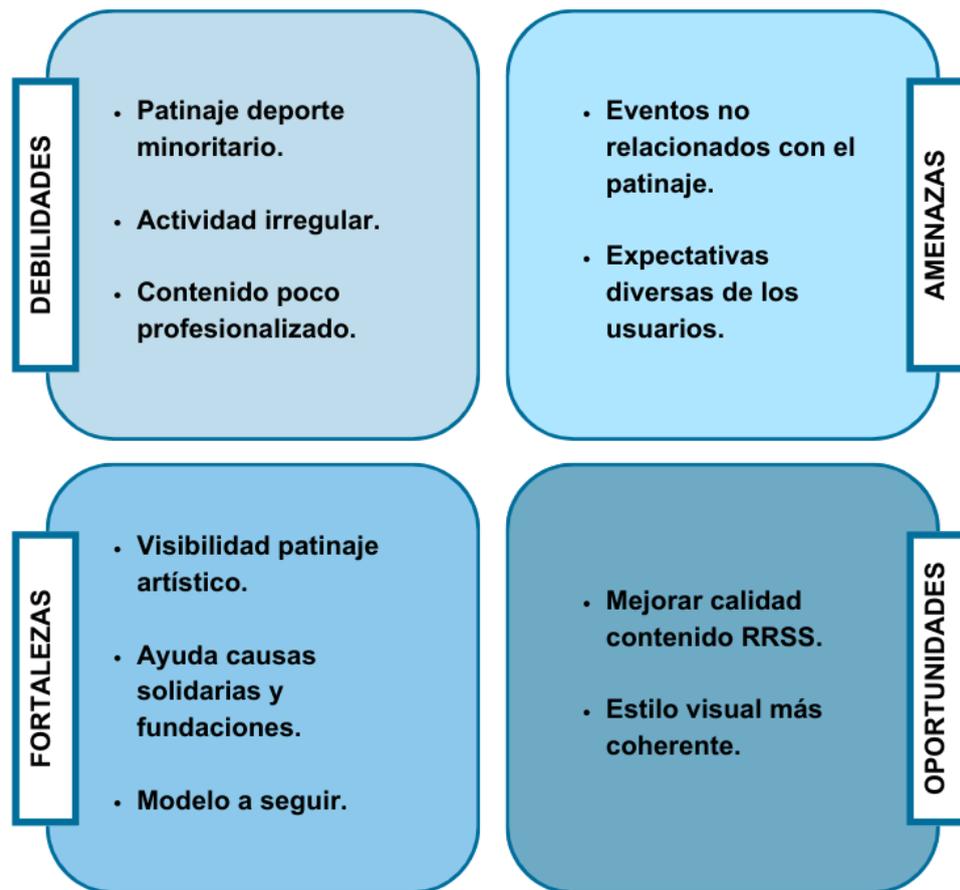
Un Análisis DAFO o FODA, es un análisis de factores internos y externos para poder conocer la situación presente en la que se encuentra una marca. Se realiza con el propósito de entender su actual estrategia de gestión de marca personal deportiva, visibilizando las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de Javier Fernández (Figura 28). Para su correcta realización es indispensable la actuación crítica y objetiva, de modo que queden representados aquellos aspectos extraídos tras el estudio de sus acciones estratégicas de desarrollo de marca personal:

- **Debilidades:** el perfil gira en torno al patinaje artístico sobre hielo, siendo éste un deporte minoritario en nuestro país; este factor puede dificultar la expansión de la marca, debido al desconocimiento que envuelve a este deporte en la sociedad actual. Además, cabe destacar su irregularidad en la generación de contenido, aunque comparte contenido en sus historias de Instagram, a menudo denotan falta de profesionalización y/o planificación. Este aspecto se nota en la falta de una gama cromática definida en su feed o en la baja calidad de algunas imágenes, a menudo realizadas con teléfonos y no con cámaras profesionales.
- **Amenazas:** la esencia de Javier Fernández reside en su auge como medallista mundial en patinaje, pero esos logros ya quedan lejanos en el tiempo debido a su retiro de las competiciones en enero de 2019. Es por ello que, las apariciones públicas de Javier Fernández en eventos no relacionados con el patinaje pueden alterar la percepción de su marca. Esto conlleva la generación de expectativas diversas en los usuarios, ya que parte de sus seguidores buscan contenido de los programas en los que participa, otro sector le admira como entrenador o puede que

haya seguidores que esperan ver contenido de él patinando. Este aspecto puede generar dificultades en la fidelización de los mismos por la muestra difusa de su marca personal, ya que alberga muchos aspectos y ámbitos distintos entre sí, mediante los cuales se puede llegar a perder o distorsionar su esencia.

- **Fortalezas:** los logros de Javier Fernández en el ámbito del patinaje son un fenómeno sin precedentes en nuestro país, por lo que no cuenta con competencia directa dentro España, siendo de tal modo, líder del sector. Mediante su esfuerzo, compromiso y disciplina ha logrado dar visibilidad al patinaje artístico sobre hielo, especialmente en el ámbito masculino. Además, su constante colaboración y apoyo público a causas solidarias y fundaciones, lo posicionan como una figura cercana y comprometida, reforzando su imagen positiva y atrayendo a seguidores sensibles a dichas causas. Javier Fernández también se muestra como un ídolo y/o modelo a seguir para muchos deportistas de disciplinas minoritarias, siendo su historia de superación y dedicación una motivación para ellos. Asimismo, cabe destacar su reputado nombre, que potencia su reconocimiento. Además, la presencia de su página web en su perfil facilita el conocimiento de su marca entre sus seguidores.
- **Oportunidades:** este apartado resulta clave para la realización de planes comunicativos, ya que aporta una visión de hacia dónde orientar la marca en base a los objetivos de dicho plan. En este caso, se busca comprender su estrategia de gestión de marca personal, por lo que se enfoca en aquellos aspectos en los que el patinador posee margen de mejora. Javier Fernández publica en Instagram desde el año 2012, por lo que cuenta con doce años de experiencia en el uso de la plataforma. Es por ello por lo que conoce bien el funcionamiento y podría enfocarse en la mejora de la calidad de su contenido, tratando de tal forma de aumentar y fidelizar a un mayor número de seguidores. Dicha profesionalización puede estar impulsada por un proceso previo de planificación de sus publicaciones y desarrollo de un estilo visual más definido y coherente con su marca personal.

**Figura 28:** Análisis DAFO del Instagram del patinador Javier Fernández



*Nota:* Elaboración propia (17 de abril de 2024).

### 5.6. Hexágono de la marca personal

En base al modelo de hexagonal de marca personal propuesto por Reclons (2020) explicado anteriormente, y con la finalidad de plantear un diagnóstico de la marca personal foco del presente trabajo, se ha realizado dicho ejercicio acerca del perfil @javierfernandezskater. Tal y como ha sido explicado, se centra en el análisis y descripción de seis atributos relativos a la marca personal, siendo los siguientes:

- **Legado de valor:** Javier Fernández ha dejado un legado de valor basado en la excelencia en el patinaje artístico, consiguiendo títulos que nunca antes un español había conseguido. Asimismo, su legado continúa con la creación de su academia de patinaje, en la que se encuentra formando a futuros profesionales del deporte de élite. Además de los diferentes logros obtenidos, el deportista ha contribuido al desarrollo de su disciplina deportiva en España, acercando el deporte a muchas

personas que anteriormente lo desconocían, fomentando su popularidad y abriendo camino a nuevas generaciones. Sirviendo de inspiración a jóvenes deportistas para conseguir sus sueños con determinación y perseverancia.

- **Identidad:** atendiendo a la propia presentación del deportista en su libro (2016), Javier Fernández es un deportista de élite retirado español, con un reconocido talento por el patinaje artístico sobre hielo, siendo bicampeón mundial y medallista olímpico. El deportista muestra un gran amor por su familia y amigos, quienes le han apoyado en la constante lucha por sus sueños. Además es una persona perfeccionista, que le gustan las cosas bien hechas. Es cercano y bondadoso, no le gusta madrugar y él mismo se define como “un poco vago” a lo que su madre añade que “también es despistado” (RTVE, 2023), sin embargo es ambicioso y trabajador en sus metas y objetivos.
- **ADN emocional y cognitivo:** la marca personal de Javier Fernández evoca pasión, felicidad y orgullo. Su historia de superación y éxito genera una conexión emocional con sus seguidores. A nivel cognitivo, su marca está asociada con el patinaje artístico a nivel mundial, la excelencia deportiva y la favorable representación de España en el ámbito deportivo internacional.
- **Propuesta de valor:** ya que dicha personalidad ha logrado acercar el mundo del patinaje a la sociedad española, su propuesta de valor reside en la ampliación de dicha información. Es decir, presentar ante la sociedad española curiosidades e información más técnica sobre el patinaje, pasando de la transmisión de sus títulos, a lo realmente importante de dicha disciplina. Fundamentando esta propuesta en la principal temática de su marca personal, el patinaje, y buscando aumentar su legado como pionero del patinaje artístico en España.
- **Identidad percibida:** atendiendo a aquellos rasgos mostrados acerca de su marca personal en Instagram, se le percibe como deportista constante y disciplinado, innovador en el mundo del patinaje artístico, introduciendo nuevos elementos y rutinas que han elevado el nivel del deporte. Su identidad percibida incluye su papel como modelo a seguir para jóvenes deportistas y personas en general, gracias a su historia de superación y éxito. Además se le vincula con numerosas fundaciones benéficas, mostrándose así como una persona solidaria y cercana.
- **Resultados:** los resultados tangibles de Javier Fernández en el mundo del patinaje artístico, como sus múltiples títulos y medallas, refuerzan su marca como uno de los mejores en su disciplina. Su éxito deportivo ha tenido por otro lado, un impacto

cultural significativo, aumentando la visibilidad y el interés en el patinaje artístico en España.

A continuación se muestra un resumen de dicho modelo (Figura 29). Con esta herramienta se ha logrado realizar una reflexión para la definición de dicha marca personal, ofreciendo a su vez, una visión general y completa sobre la misma.

**Figura 29:** Modelo hexagonal de marca personal: Javier Fernández



*Nota:* Elaboración propia (27 de abril de 2024).

### 5.7. Modelo conceptual de la imagen de marca deportiva

Partiendo del modelo conceptual de la imagen de marca deportiva propuesto por Arai et al. (2014), se ha ejecutado el siguiente análisis acerca del deportista Javier Fernández:

1. **Experiencia atlética:** Javier Fernández es un español patinador artístico sobre hielo que cuenta con una larga experiencia atlética, participando en grandes competiciones desde joven. Su destacada trayectoria le hace ganador de dos mundiales, siete europeos y una medalla de bronce olímpica, entre otros.

2. **Estilo de competición:** se trata de un patinador que busca involucrar al público en su actuación con programas atractivos, haciendo que disfrute de sus increíbles figuras y saltos cuádruples.
3. **Deportividad:** ha demostrado ser un deportista ejemplar, mostrando respeto hacia sus compañeros y competidores, manteniendo siempre una actitud profesional ante los mismos.
4. **Rivalidad:** a lo largo de su trayectoria, Javier Fernández se ha enfrentado a los mejores del mundo. Entre ellos, se encuentra el japonés Yuzuru Hanyu, que además de ser su principal rival, se trata de su compañero de entrenamiento, creando una competitividad sana entre ellos. Tal y como se afirma en su documental de RTVE (2023) “es como si Nadal entrenara con Federer, raro, ¿no?”. Pues en el caso de Fernández y Hanyu les sirvió para retroalimentarse y posicionarse como los mejores a nivel mundial.
5. **Atributos físicos:** tiene una increíble combinación de fuerza, agilidad y elegancia para desarrollar la técnica del patinaje.
6. **Símbolo:** Fernández se ha convertido en un símbolo del patinaje sobre hielo en España y a nivel internacional. Su éxito en el deporte y su carisma lo han convertido en un referente.
7. **Condición física:** es un patinador que destaca por su energía y precisión. Su dedicación con el entrenamiento deportivo hace que se mantenga en forma.
8. **Historia de vida:** Javier Fernández desde pequeño ha luchado por tener un hueco en un deporte minoritario en España. Volviendo a referencias de su documental (RTVE, 2013), se menciona que “Javier Fernández en España es como si Messi hubiera nacido en Indonesia”, además se menciona que “Javier Fernández es un diamante en bruto pulido desde los 18 años”, que si se compara con Hanyu, “que es una super estrella mimada desde la cuna” se ven las diferencias culturales entre los distintos países. Fernández de pequeño también practicaba fútbol, hasta que decidió seguir los pasos de su hermana Laura en el mundo del patinaje, lo que supuso un gran esfuerzo económico por parte de sus padres Antonio y Enriqueta. El patinador ya participaba en competiciones internacionales, las cuales la federación no podía costear y los patrocinadores no llegaban. Al cumplir 18 años un entrenador estadounidense se fijó en él y decidió hacerse cargo de su formación, hasta que con la obtención de importantes títulos, empezó a obtener patrocinadores. Seguidamente Fernández se fue a Canadá con otro entrenador, ganando así sus dos mundiales y su medalla olímpica. Su historia se basa en una lucha constante por sus sueños, esforzándose por destacar en un país donde el patinaje es eclipsado por el fútbol.

9. **Modelo a seguir:** es considerado un modelo a seguir para jóvenes y deportistas en general, debido a su inspiradora trayectoria y su compromiso con la excelencia.
10. **Esfuerzo relacional:** Javier Fernández ha cultivado relaciones sólidas con su equipo de entrenamiento, patrocinadores y fans. Su capacidad para mantener relaciones positivas y construir una red de apoyo ha sido fundamental para su carrera ya que, como se ha visto con Martínez y Lara (2014), la red de contactos aumenta la exposición de marca.

**Desempeño atlético:** se desarrolla a partir de la identificación de los cuatro primeros atributos. Su desempeño atlético ha estado marcado por sus numerosos títulos y logros en el patinaje, posicionándose entre los mejores del mundo. Asimismo, ha consolidado su reputación como figura destacada en el deporte.

**Apariencia atractiva:** se identifica en base a los atributos nº 5, 6 y 7. La apariencia física de Javier Fernández, combinada con su talento y carisma en la pista, lo hace atractivo tanto para sus fans como para los patrocinadores y la industria del entretenimiento.

**Estilo de vida comercializable:** identificado en base a los atributos nº 8, 9 y 10. El estilo de vida activo y saludable de Javier Fernández, junto con su éxito en el deporte, lo convierten en una figura comercializable para marcas y empresas interesadas en asociarse con valores de excelencia, dedicación y superación personal.

Concluyendo de tal modo con que la **imagen de marca personal deportiva** de Javier Fernández corresponde a la suma de su desempeño atlético, apariencia atractiva y su estilo de vida comercializable. Su trayectoria como patinador artístico sobre hielo, marcada por una reputada experiencia atlética y un estilo de competición que cautiva al público, lo ha posicionado como un referente tanto a nivel nacional como internacional. Su comportamiento ejemplar en la pista y su actitud profesional lo han convertido en un símbolo de deportividad y respeto en su disciplina. Además, su vida ha estado marcada por una lucha constante por alcanzar sus sueños y por su dedicación al patinaje; esto lo convierte en un modelo a seguir para jóvenes y deportistas. Todo esto, combinado con su apariencia física atractiva y su estilo de vida activo y saludable, hacen que sea una figura comercializable para marcas y empresas que buscan asociarse con valores de excelencia y superación personal.

De tal modo, con la apreciación a dichos atributos, se consigue un análisis de la imagen de la marca personal deportiva del patinador Javier Fernández (Figura 30).

**Figura 30:** Modelo de imagen de marca personal deportiva: Javier Fernández



Nota: Elaboración propia (2 de mayo de 2024).

## 6. RESULTADOS

Tras el análisis de las publicaciones realizadas por Javier Fernández dentro del margen temporal integradas en el anexo al que se adhiere la presente investigación y, una vez llevado a cabo el estudio concreto de aquellas con mejores y peores resultados; se presentan los resultados más significativos en base a la hipótesis planteada.

El mejor año para Javier Fernández en términos de logros deportivos y éxito en redes sociales, recae en 2018. Pertenece a su última temporada completa como deportista en activo. Pese a la obtención de un mayor número de comentarios y reproducciones en sus vídeos estando retirado, su número de *likes* es mayor en estado activo, recalcando la importancia del año 2018 en la obtención de los mismos. Ese año, ganó la medalla de bronce en los Juegos Olímpicos de Pyeongchang, exponiéndose de tal modo a un escaparate de talla mundial con gran repercusión mediática. Salió en portadas de medios de comunicación de referencia española, como Marca (Marca, 2018), colocándose de tal modo en el foco mediático de nuestro país.

Javier Fernández durante su trayectoria ha estado muy relacionado con Japón, teniendo una pareja sentimental de dicha procedencia. Asimismo su mayor rival y compañero de entrenamiento Yuzuru Hanyu también es japonés. Fernández muestra muchas publicaciones de contenido internacional, sobre todo en su etapa activa y concretamente muchas de ellas corresponden directamente con mencionada nación oriental.

Durante su actual retirada, Fernández ha compartido diversas publicaciones con Hanyu, siendo estas de las más alabadas por sus seguidores. Dejando ver de tal modo la cantidad de usuarios que siguen la trayectoria del japonés, en comparación a las publicaciones con otros patinadores españoles como Sonia Lafuente o Javier Raya. De manera que se puede observar como el patinaje es un deporte muy seguido en Japón.

Pese a ello, Javier Fernández al no continuar con su pareja japonesa ni entrenando con Hanyu, publica menos contenido de dicho país, bajando de tal modo el número de publicaciones de contenido internacional en su etapa como deportista retirado.

Además, desde su retirada ha reducido significativamente el número de publicaciones patrocinadas, reflejando una pérdida de interés por parte de las marcas en patrocinarle.

Asimismo, en su actual etapa, ha compartido más publicaciones relacionadas con medios de comunicación, destacando la participación en “Gran Hermano VIP 8”, donde el vídeo en el que abandona el propio programa, es su *reel* con mayor cantidad de reproducciones. La participación en mencionado *reality show* ha proporcionado al deportista gran visibilidad

pública, pero únicamente en España. Gracias a publicaciones relacionadas con el mencionado programa, el deportista está consiguiendo volver a subir la cifra de interacciones con su contenido.

Sin embargo, pese al año 2024 que ha estado en un ligero aumento de *likes*, el resto de tiempo que lleva retirado, dicha variable ha ido descendiendo. En contraposición al constante aumento de los mismos en su época de actividad.

## 7. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos respaldan la hipótesis planteada, demostrando que los valores de constancia y dedicación deportiva son determinantes en la consolidación de la marca personal. De tal modo, se han cumplido los objetivos propuestos:

1. Se ha realizado un análisis de la gestión de la marca personal de Javier Fernández en base a su perfil de Instagram, identificando y analizando una muestra de sus publicaciones y atendiendo a qué estrategia comunicativa le brinda mejores resultados.
2. Se ha establecido una comparativa de su audiencia durante su etapa activa y la actual retirada atendiendo a la mencionada muestra y en base a criterios cualitativos y calificativos. En esta misma se ha podido observar como sus publicaciones con mayor número de *likes* se encuentran en su estado de actividad, denotando un interés por parte de sus seguidores por verle competir y ver imágenes con otros patinadores. Además, también se ha comprobado como su número de patrocinadores ha decrecido significativamente tras su retirada, quedando así patente que las marcas también han perdido interés en él tras su época competitiva, pese a estar más presente en medios de comunicación españoles tras su retirada y actual participación en programas televisivos.
3. Se ha identificado la percepción social de los logros deportivos en comparación con la participación televisiva, atendiendo a la repercusión en redes sociales del contenido respectivo a ambos temas. Delimitando de tal modo el rango de publicaciones destacadas del deportista en cuestión con mejores resultados para identificar qué estrategia le funciona mejor para la difusión de su marca personal.

Fue durante su carrera activa cuando Javier Fernández logró consolidar su marca personal de índole deportiva, especialmente en el año 2018, coincidiendo con importantes logros deportivos como la medalla olímpica. En esta etapa obtuvo un mayor número de interacciones y reconocimiento en Instagram, reflejando el impacto positivo de sus éxitos deportivos en su imagen pública.

La cobertura mediática de los logros deportivos que Javier Fernández ha conseguido, especialmente durante los Juegos Olímpicos, ha contribuido notablemente a su visibilidad en redes sociales, demostrando de tal modo la importancia de estas en el proceso de creación y gestión de una marca personal deportiva. La participación de Javier Fernández en eventos relacionados con el deporte y de relevancia internacional (especialmente en Japón) y la cobertura mediática de sus logros deportivos fueron determinantes para mantener el interés y la participación de su audiencia en las redes sociales. Asimismo, se

destaca la influencia de la cultura del patinaje en la recepción de sus publicaciones, particularmente en países como Japón, donde el patinaje artístico goza de una gran popularidad.

Según lo esperado, el análisis revela que tras su retirada, Javier Fernández experimentó una disminución en el número de interacciones en Instagram, a pesar de su participación en programas televisivos nacionales, ofreciéndole de tal modo más presencia en televisión que en su época activa. Esta tendencia sugiere que su público objetivo busca en Fernández un *instagrammer* deportivo, sobre el contenido de *reality show* que otros usuarios de la plataforma publican. Sin embargo, el patinador comparte más contenido en pistas de patinaje en esta nueva etapa, pero este contenido corresponde a él como entrenador y no como patinador, demostrando los intereses de sus seguidores por verle patinar y competir.

Destacando de tal modo, la gran variedad de segmentos posicionados dentro de su público objetivo, siendo este muy amplio y poco definido. Cuenta con seguidores que le han conocido tras su paso en programas televisivos, jóvenes deportistas y personas que siguen su trayectoria desde sus inicios, además de su público de talla internacional. Este hecho dificulta la identificación exacta de qué esperan sus seguidores sobre él.

Pese a ello, las publicaciones correspondientes con el programa “Gran Hermano VIP 8” han ayudado al deportista a aumentar su número de interacciones, especialmente en el formato *reel*. Sin embargo, las cifras obtenidas actualmente quedan muy por debajo de aquellas publicaciones en las que se apreciaba esfuerzo, constancia y dedicación deportiva.

De tal modo, se ha observado como el deportista siempre ha reflejado su esencia y sus valores. Su gestión de marca personal deportiva gira en torno a sus nuevos proyectos, al patinaje y anlas amistades que este le ha brindado, asimismo tras su retirada busca seguir posicionándose como un deportista referente en nuestro país. Trata de no ser olvidado, recordando a la sociedad quién ha sido, mostrando numerosas imágenes de sus logros y luchando por la visibilidad del patinaje en España. Trabaja por crear una nueva generación de patinadores, que puedan seguir su trayectoria y alcanzar nuevos segmentos de la sociedad para transmitir sus valores de constancia y dedicación.

En conclusión, los resultados obtenidos proporcionan una visión integral de la evolución de la marca personal de Javier Fernández en Instagram, confirmando la hipótesis planteada al demostrar la importancia de los logros deportivos sobre los programas televisivos en la gestión de su marca personal y consolidación de su imagen pública. Asimismo, se ha podido apreciar la importancia de la visibilidad mediática en el desarrollo de los deportes minoritarios y como la cultura de origen es determinante para la popularidad de los mismos.

## 8. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Durante la ejecución del presente trabajo, me he enfrentado a la necesidad de considerar factores como la conexión cultural y las preferencias de la audiencia nacional para comprender plenamente la dinámica de la presencia de Javier Fernández en las diferentes etapas de su carrera.

El factor social resulta condicionante en la acogida de una marca personal, y ante la inexistencia de estudios en función de la relación de la cultura con los gustos deportivos de la sociedad española y la imposibilidad de realizarlos por mi parte, el estudio se ha centrado en los datos públicos del Instagram del deportista. Si bien estos datos proporcionan información valiosa y de interés, no ofrecen una visión de las variables sociales, las cuales condicionan la popularidad de una marca personal. Con la posibilidad de obtención de dichos datos estadísticos, la investigación podría responder con mayor precisión y profundidad a las cuestiones iniciales.

Asimismo, se plantean las siguientes líneas futuras de investigación, en el ámbito de la marca personal deportiva y más concretamente en el campo de los deportistas retirados, sería interesante el estudio de otro caso de índole similar al presente. Con tal de establecer similitudes y diferencias para poder extraer conclusiones acerca de la gestión de marca personal en los deportes minoritarios españoles. Una deportista a investigar puede ser la gimnasta Almudena Cid, siendo autora de libros y participando en programas de televisión, coincidiendo de tal modo con algunos aspectos de Javier Fernández.

Por otro lado, se puede estudiar al también retirado patinador Pau García, deportista español en la modalidad del patinaje artístico sobre ruedas. Este deportista no ha obtenido el mismo reconocimiento que Javier Fernández, pese a ser también bicampeón mundial. Por lo que se puede investigar el motivo del auge de la marca personal de Fernández en comparación con la de García.

Por último, también puede resultar de interés la investigación acerca de la diferencia del impacto mediático del patinaje artístico sobre hielo en España y en Japón. Partiendo del estudio de la marca personal del español Javier Fernández y Yuzuru Hanyu como máximos exponentes de la disciplina y de la cultura de ambas naciones, se puede analizar el motivo de la popularidad de dicha disciplina. Asimismo, conlleva un estudio de las preferencias de la audiencia de cada país.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D. (2013). Find the shared interest: A route to community activation and brand building. *Journal of Brand Strategy*, 2(2), 134-145.  
<https://hstalks.com/article/1651/find-the-shared-interest-a-route-to-community-acti/>
- Abalde Paz, E. y Muñoz Cantero, J. M. (1992). Metodología cuantitativa vs. cualitativa. *Universidad de A Coruña*. <http://hdl.handle.net/2183/8536>
- Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.  
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Las-t%C3%A9cnicas-de-an%C3%A1lisis-de-contenido-una-revisi%C3%B3n-actualizada.pdf>
- Abuín-Penas, J. y Maíz-Bar, C. (2022). Los influencers, y las relaciones públicas en la industria deportiva: análisis de los deportistas españoles en Instagram. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(2), 19-33. <http://hdl.handle.net/2183/32498>
- Abuín-Penas, J., Martínez-Patiño, M.J., y Míguez-González, M.I. (2019). Spanish Winter Olympic athlete's communication on Instagram. *Journal of Human Sport and Exercise*, 14(4), 780-791. <https://doi.org/10.14198/jhse.2019.14.Proc4.40>
- Aldana Garcia, E. (2020). *Tratamiento periodístico de la Prensa Gratuita de Sevilla sobre los deportes "minoritarios"*. [Trabajo Final de Grado] Universidad de Sevilla.  
<https://agroavances.com/imagenpublica/images/publicaciones/documentos/29.pdf>
- Arai, A., Ko, Y. J., Ross, S., (2014). Branding athletes: exploration and conceptualization of athlete brand image. *Sport Management Review*, 17(2), 97-106.
- Arizmendi Aparicio, L. (2020). *Instagram como herramienta de comunicación* [Trabajo Final de Grado] Universidad de Zaragoza.  
<https://zaguan.unizar.es/record/90112/files/TAZ-TFG-2020-209.pdf?version=1>

- Arqués, N. (2012). *Y tú, ¿Qué marca eres?*. Alienta Editorial.
- Arreguez Manozzo, S. y Merlo, M. E. (2020). *Medios y prácticas periodísticas*. Austral comunicación, 9 (1), 1-12. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.arr>
- Ballesteros, C. (2014). Relevancia de la comunicación en el deporte actual. *EFDeportes.com Revista Digital*, 197. <https://www.efdeportes.com/efd197/la-comunicacion-en-el-deporte-actual.htm>
- Baraldi, L. (2020). *La globalización del deporte-espectáculo se ha convertido en un factor de identificaci cultural*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/luis-tigre-baraldi/futbolizacion-1/>
- Barricart Subiza, E. (2014). *Tú eres Dios: Y tu marca personal tu religión*. Alienta Editorial.
- Barrientos Santos, E. (2016). *El patrocinio deportivo en la selección española de fútbol* [Trabajo Final de Grado] Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5581/TFG-N.68.pdf?sequence=1>
- Bastero, M. (2024). *Quiénes son los instagramers de fitness y deporte españoles con más seguidores* (2024). Marketing4eCommerce. <https://marketing4ecommerce.net/top-instagramers-de-fitness-y-deporte-con-mas-seguidores/>
- Benites-Valverde, L. y Estrada-Realpe, K. (2021). Gestión de marca personal en el escenario laboral del teletrabajo. *Inclusión y Desarrollo*, 8(2), 90-101. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inclusion.8.2.2021.90-101>
- Bermúdez de Castro Dorrego, M. (2019). *La gestión de la marca personal: decisiones en el caso de influencers*. [Trabajo Final de Grado] Universidad Pontificia Comillas - ICADE.

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27146/TFG%20-%20Bernandez%20de%20Castro%20Dorrego%2c%20Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bernaiche, E. (2022). Breve historia del patrocinio. *Marketing de influencers*.  
<https://www.thoughtleaders.io/blog/brief-history-of-sponsorship>

Boccardo, A. y Cima, J. (2022). Participación de los usuarios de Instagram en medios digitales. *Cuadernos del CIPeCo*, 2 (3), 169-194.  
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/article/view/40209/40479>

Boneta Falcón, T. (2019). *De la publicidad tradicional a la nueva era digital: Instagram como nueva estrategia*. [Trabajo Final de Grado] Universidad de Sevilla.  
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/92060/TFG\\_TaniaBonetaFalc%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/92060/TFG_TaniaBonetaFalc%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Brown, R. (2010). Reputation management. *Business Information Review*, 27(1), 56-64  
<https://doi.org/10.1177/0266382109357390>

Cabello, D., Rivera, E., Trigueros, C. y Pérez, I. (2011). Análisis del modelo del deporte federado español del siglo XXI. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 11(44), 690-707. <http://hdl.handle.net/10486/7688>

Cabezuelo-Lorenzo, F. (2021). Patrocinar con cabeza. *Anuario Electrónico De Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 14(1).  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9075>

Caerols Mateo, R., Tapia Frade, A., y Carretero Soto, A. (2013). Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado. *Vivat Academia*, 124, 68-78.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5004634>

Cajas Chávez, E., y Ynga Villarreal, M. A. (2021). *El Instagram como medio de comunicación comercial desde la perspectiva del marketing digital*. *Revisión*

*sistemática y Metaanálisis* [Tesis de maestría] Universidad de César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67906/Cajas\\_CE-Ynga\\_VMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67906/Cajas_CE-Ynga_VMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cano-Tenorio, R. y Paniagua-Rojano, F. J. (2017). El uso de Twitter por parte de los futbolistas profesionales: contenidos y relaciones con los públicos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 7(13), 101-122.  
<https://doi.org/10.5783/revrrpp.v7i13.457>

Cantone, D. (2019). Personal Branding explicado de la A a la Z. *David Cantone*.  
<https://davidcantone.com/marca-personal/>

Capriotti, P (2010). *Branding Corporativo. Gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Colección de libros de la empresa, (27), 15-22.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5466032.pdf>

Carretero García, C. y Borges, E. (2023). La producción de la marca personal a través de Instagram: Intersecciones entre feminidad y neoliberalismo en la proyección estética y corporal de las influencers. *Cuadernos de relaciones laborales*, 41(2), 285-312.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/87827/4564456567546>

Carretero Lestón, J. L. (2018). *La fiscalidad del patrocinio deportivo*. Barcelona: Editorial Reus.

Casado, J. M. (2011). *Personal Branding... hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal. Cap. 1, ¿Qué está ocurriendo?*. Madrid excelente.  
<https://www.andresperezortega.com/documentos/LibroJornadaPersonalBranding.pdf>

Cashmore, E. (2015). Winning Isn't Everything. Selling Is: Sports, Advertising, and the Logic of the Market. *A companion to celebrity*, 177-193.  
<https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch10>

- Castro, L. (2015). *¿Comunicación deficiente, deporte deficiente?*. Chasqui, (51), 56-57.
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona, España: Gestión 2000.
- Climent J. A. y Navarro, Y. (2016). Nuevos retos en orientación laboral: de itinerarios personales de inserción a la construcción de marcas personales. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 27(2), 126-133.
- Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- De Ferrari, S. Feijoo, B. y Guerrero, J. J. (2020). Los deportistas de élite como embajadores de marca en Chile: Análisis de la estrategia de comunicación en redes sociales de las nuevas generaciones en deportes minoritarios. *La trama de la comunicación*, 24(1), 39-53.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1668-56282020000100002yIng=esytIng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282020000100002yIng=esytIng=es).
- Del Santo, O. (2011). Reputación online para todos. *España: Creative Commons*, 3.
- Díaz, L. (2017). *Soy marca: quiero trabajar con influencers*. Barcelona: Profit.
- Díaz Anichtchenko, C. y Breva Franch, E. (2017). El patrocinio en la era del “branded content”. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 11(0), 101-120. <https://doi.org/10.5209/PEPU.56396>
- Driessens, O. (2013). The Celebritization of Society and Culture: Understanding the Structural Dynamics of Celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16(6), 641-657. <https://eprints.lse.ac.uk/55742/>
- Ennis, S. (2020). *Sports Marketing a global approach to theory and practice*. Palgrave Macmillan.

- Fernández Gómez, J.D., Hernández Santaolalla, V., y Sanz Marcos, P. (2018). Influencers, marca personal e ideología política en Twitter. *Cuadernos. info*, (42), 19-37. <https://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/22985>
- Fernández Lerma, A. (2017), *Estudio del origen de la figura del influencer y análisis de su poder de influencia en base a sus comunidades*. [Trabajo Final de Grado] Universidad Pompeu Fabra. <http://hdl.handle.net/10230/36313>
- Fernández López, J. (2016). *Bailando el hielo: Una historia de superación para conquistar lo imposible*. Amat Editorial.
- Fernández Riquelme, S. (2017). Si las piedras hablaran. Metodología cualitativa de Investigación en Ciencias Sociales. *La Razón Histórica*. 37, 4-30. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/54506/3/Sergio%20Fern%C3%A1ndez%20Riquelme.%20Metodolog%C3%ADa%20cualitativa.%20La%20Raz%C3%B3n%20hist%C3%B3rica%20.pdf>
- Flemings, H. E. (2006). *The brand YU life: Re-thinking who You are Through Personal Brand Management*. Third Generation Publishing
- García, N. (2019). *Los deportes minoritarios acaparan el medallero mundial*. [elEconomista.es](http://elEconomista.es)  
<https://www.eleconomista.es/especial-deportes/noticias/9962775/06/19/Los-deportes-minoritarios-acaparan-el-medallero-mundial.html>
- García Luque, C. y Moreno Romero, P. (2016). *Estrategia y creatividad en la creación de la marca personal Cristina Luque* [Trabajo Final de Grado] Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/43539/TFG%20JUNIO%202016.%20Paula%20y%20Cristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giménez, S. (2023). Informe OBS: Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023. *OBS Business School*.

<https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-re-des-sociales-estado-actual-y-tendencias-2023>

Giones Valls, A. y Serrat Brustenga, M (2010). La gestión de la identidad digital: Una nueva habilidad informacional y digital. *BID: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 24, 1-15. <https://bid.ub.edu/24/pdf/giones2.pdf>

González Domínguez, C. (2017). Líder de opinión y opinión pública. Hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos. *Revista mexicana de opinión pública*, (22), 15-32. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttextpid=S2448-49112017000100015](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttextpid=S2448-49112017000100015)

Aguado, S. y Roldán, R. (Directores). (2023). *Javier Fernández. Rompiendo el hielo* [Serie Documental]. RTVE play.

Gwinner, K. (1997). A model of image creation and image transfer in event sponsorship. *International Marketing Review* 14(3), 145-158. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43311704003.pdf>

Hasaan, A., Kerem, K., Biscaia, R., y Agyemang, K. J. (2018). A conceptual framework to understand the creation of athlete brand and its implications. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 18(3), 169-198. [https://pure.coventry.ac.uk/ws/files/19249939/Hasaan\\_Kerem\\_Biscaia\\_Agyemang\\_2018\\_IJSMM\\_post\\_print\\_version.pdf](https://pure.coventry.ac.uk/ws/files/19249939/Hasaan_Kerem_Biscaia_Agyemang_2018_IJSMM_post_print_version.pdf)

Herrera Hortúa, C. E. (2021). *Análisis de los formatos comunicativos, a nivel periodístico, de la red social Instagram como herramienta de comunicación: Caso @mapadefamosos*. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/17843/investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Hudson, S., Huang, L., Roth, S. y Madden, T. (2015). The influence of social media on consumer-brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of research in Marketing*, 33(1), 27-41. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.004>
- Ibarrola Legajo, F. (2018). *Marketing deportivo: ¿Cómo enfrentan las marcas los riesgos en su imagen?*. [Trabajo Final de Grado] Universidad de San Andrés. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16077/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Ibarrola,%20Facundo.pdf>
- Influency (2018). Influpedia: Tipos de influencers y sus características para adaptarlos a tus campañas. *Influency*. <https://influency.com/blog/es/tipos-de-influencers>
- Iribarren, J. L. y Moro, E. (2011). Affinity Paths and information diffusion in social networks. *Social Networks*, 33, 134-142. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2010.11.003>
- ISU - International Skating Union. (2014). *Competition Results Evgeni Plushenko* [http://www.isureults.com/bios/isufs\\_cr\\_00000124.htm](http://www.isureults.com/bios/isufs_cr_00000124.htm)
- ISU - International Skating Union. (s. f.). *ISU Results*. Recuperado el 12 de marzo de <https://www.isu.org/figure-skating/entries-results/fsk-results>
- Javier Fernández [@javierfernandezskater]. (s.f). Instagram. Recuperado el 16 de marzo de 2024 de <https://www.instagram.com/javierfernandezskater/>
- Jiménez-Morales, M. (2016). Relaciones públicas y redes sociales: creación e implementación de marcas personales. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 32(9), 945-960. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5891206>
- Jin, S. V. y Ryu, E. (2020). I'll what she's wearing: The roles of envy toward and parasocial interaction with influences in Instagram celebrity-based brand endorsement and

- social commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (55), 1-15.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102121>
- Karaduman, I. (2013). The effect of social media on personal branding efforts of top level executives. *Procedia-social and behavioral sciences*, 99, 465-473.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813039608>
- Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. *International journal of information, business and management*, 6(2), 29  
[https://ijibm.site666.com/IJIBM\\_Vol6No2\\_May2014.pdf#page=34](https://ijibm.site666.com/IJIBM_Vol6No2_May2014.pdf#page=34)
- Kotler, P. (2005). *Los diez pecados capitales del marketing: indicios y soluciones*. Barcelona: Deusto.
- Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson.
- Lair, D. J., Sullivan, K. y Cheney, G. (2005). Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric and Ethics of Personal Branding. *Management Communication Quarterly*, 18(3), 307-343.  
<https://doi.org/10.1177/0893318904270744>
- La Liga. (2017). *Javier Fernández y Carolina Marín se unen a LaLiga*. [Comunicado de prensa].  
<https://www.laliga.com/noticias/javier-fernandez-y-carolina-marin-se-unen-a-laliga>
- Lamelas, P. (2021). *El elevado coste de las medallas*. Hielo Español.  
[https://www.hieloespanol.es/1/el\\_elevado\\_coste\\_de\\_las\\_medallas\\_3266285.html](https://www.hieloespanol.es/1/el_elevado_coste_de_las_medallas_3266285.html)lesti  
gación
- Liberal Ormaechea, S. y Fernández Perea, P. (2014). *Últimos estudios sobre publicidad: de “Las Meninas” a los tuits*. Madrid: Fragua. 283-300.

- López Salas, S. y Urraco Solanilla, M. (2018). Creación y gestión del valor de marca personal: personal branding y adaptación al nuevo escenario laboral contemporáneo. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 2(2), 29-34. <https://journals.uco.es/index.php/riturem/article/view/11523/10466>
- Luque Ortiz, S. (2019). La imagen de marca de los influencers y su repercusión en el consumo a través de Instagram. *Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar*. 1, 217-244. <https://hdl.handle.net/11441/91400>
- Marca. (18 de febrero de 2018). *Hemeroteca de MARCA*. <https://www.marca.com/multimedia/primeras/18/02/0218.html>
- Marcelo García, C., Parrilla Latas, Á., Estebaranz García, A., Sánchez García, M. V. y Llinares Ciscar, S. (1991). El estudio de caso en la formación del profesorado y la investigación didáctica. *Universidad de Sevilla. Departamento de Didáctica y Organización Edicativa*. <https://idus.us.es/handle/11441/38423>
- Marín Montín, J., Fernández Gómez, J. D. y Gordillo Rodríguez, M. T. (2024). Endorsement publicitario en Instagram: valores de marca y celebridades deportivas en España. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 27, 105-138. <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.7761>
- Martínez, S. y Lara, P. (2014). El big data transforma la interpretación de los medios sociales. *Profesional de la información*, 23(6), 575-581. <https://doi.org/10.3145/epi.2014.nov.03>
- Martínez-Sanz, R. (2013). El blog a las puertas del museo, pero ¿Por qué no entra? El caso de los centros de arte contemporáneo en España. *Revista Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 95, 108-115. <http://eprints.rclis.org/20266/2/pdf-generator.pdf>
- Martínez-Sanz, R. y González Fernández, C. (2018). Comunicación de Marca en Instagram,

¿Una Cuestión de Género? El Rol del Influencer de Moda. *Masculinities and Social Change*, 7(3), 230-254. <https://doi.org/10.17583/mcs.2018.3693>

Merino Sanz, M. J. y Sánchez Herrera, J. (2009). *Imagen y posicionamiento de marcas*. ESIC Editorial. 207-230.

Molina, D. (2022). Qué es un influencer y cómo convertirte en uno. *IEBS Digital School*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-influencer-marketing-digital/>

Montes Niño, M. (2013). Branding deportivo. Gestión de marcas a través del deporte. *Universidad de Palermo*. [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=2493ytitulo\\_proyectos=Branding%20Deportivo](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2493ytitulo_proyectos=Branding%20Deportivo)

Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville: Personal Branding Press.

Moragas, M. (2007). *Comunicación y deporte en la era digital*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. <https://core.ac.uk/download/pdf/13282886.pdf>

Muñoz, I. (2023). El patinador Javier Fernández revela en un documental su historia de lucha y éxito. *Heraldo*. <https://www.heraldo.es/noticias/comunicacion/2023/02/24/el-patinador-javier-fernandez-revela-en-un-documental-su-historia-de-lucha-y-exito-1633802.html>

Mut Amengual, B., Rosselló Ramon, M. R., Bagur, S. y Verger, S. (2022). Análisis de las guías docentes de los TFG en las universidades españolas. *Ediciones Complutense*. <https://dx.doi.org/10.5209/rced.79434>

Olaciregui Cazon, A. (2018). *Influencia de las herramientas web 2.0 para la creación, desarrollo y gestión estratégica de la marca personal*. [Trabajo Final de Grado]

Universidad del País Vasco.

<https://agroavances.com/imagenpublica/images/publicaciones/documentos/29.pdf>

Olins, W. (1999). *Corporate identity: Making Business Strategy Visible Through Desing*. Thames Hudson.

Pantoja, D. (2005). ¿Qué es el networking?. *ENAE Business School*.  
[https://www.enaes.es/blog/que-es-el-networking?\\_adin=11551547647#gref](https://www.enaes.es/blog/que-es-el-networking?_adin=11551547647#gref)

Paris Restrepo, R. M., Arango Lopera, C. A., Vargas Cano, R., Viana Ruiz, L. R. y Montalvo Arroyave, L. F. (2015). *Gestión de marca para PYMES*. Universidad de Medellín.  
<http://hdl.handle.net/11407/2735>

Pérez Ortega, A. (2008). *Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente*. ESIC Editorial.

Pérez Ortega, A. (2011). *Personal Branding... hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal. Cap. 2, En plan ¿Qué tengo que hacer?*. Madrid excelente.  
<https://www.andresperezortega.com/documentos/LibroJornadaPersonalBranding.pdf>

Pérez Ortega, A. (2014). *Marca personal para dummies*. Grupo Planeta.  
[https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuaris/libros\\_contenido/arxius/36/35195\\_MARCA\\_PERSONAL.pdf](https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuaris/libros_contenido/arxius/36/35195_MARCA_PERSONAL.pdf)

Peters, T. (1997). *The Brand Called You. Fast Company*.  
<https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>

Pizzolante, Í. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Pontificia Universidad Javeriana.

Ramos, J. (2019). *Marketing de influencers*. XinXii. 3-47.

Ramos Redondo, A. A. (2015). *Marca personal y redes sociales. El modelo del éxito*. [Trabajo Final de Grado] Universidad Pontificia de Comillas.

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/6882/TFG000692.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Real, M (2015). Comunicación, publicidad y deportes. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (34), 57-65.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791796>

Real Academia Española. (s.f.). Deporte. En *Diccionario de la lengua española*, 23.º ed., [versión 23.7 en línea]. Recuperado el 22 de abril de <https://dle.rae.es/deporte>

Real Academia Española. (s.f.). Minoritario. En *Diccionario de la lengua española*, 23.º ed., [versión 23.7 en línea]. Recuperado el 22 de abril de <https://dle.rae.es/minoritario?m=form>

Recolons, G. (2020). *Si no aportas no importas: Claves para identificar y proyectar tu diferencial y tu valor*. Editorial Rasche.

Rivera, L. M. (2013). Decisiones en marketing: cliente y empresa. Universitat Politècnica de València. [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/70730/TOC\\_6000\\_01\\_03.pdf](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/70730/TOC_6000_01_03.pdf)

Roberts, L. M. (2005). Changing faces: Professional image construction in diverse organizational settings. *Academy of management review*, 30(4), 685-711  
<https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378873>

Rojas Torrijos, J. L. (2015). *Eso que llamamos “deportes minoritarios”*. Sphera Sports.  
<https://www.spherasports.com/eso-que-llamamos-deportes-minoritarios/>

Romero Madrigal, C. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: El caso de Made With Lof*. [Trabajo Final de Máster] Universidad de Sevilla.  
<https://agroavances.com/imagenpublica/images/publicaciones/documentos/29.pdf>

Rowan, J. (2014). La invasión de los sujetos-marca y otras aberraciones del capitalismo neoliberal. *Evaluación, gestión y riesgo para una crítica del gobierno del presente*,

167.

Sammis, K., Lincoln, C. y Pomponi, S. (2015). *Influencer marketing for dummies*. John Wiley y Sons.

Sarmiento Guede, J. R. y Rodríguez Terceño, J. (2020). *La comunicación visual en Instagram: estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(3), 1205-1216. <https://doi.org/10.5209/esmp.65046>

Sharifzadeh, Z., Brison, N. T., y Bennet, G. (2021). Personal branding on Instagram an examination of Iranian professional athletes. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 11(5), 556-574. <https://doi.org/10.1108/SBM-01-2021-0007>

Silva Guerra, H. y Díaz Sarmiento, C. P. (2022). Marketing personal: el poder del mostrar su marca al mundo. *Dictamen Libre*. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.30.9707>

Sixto García, J. y Álvarez Vázquez, A. (2020). *Influencers en Instagram y publicidad engañosa: la necesidad de regular y autorregular*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1611-1622. <https://doi.org/10.5209/esmp.66921>

Spain IAB. (2023). *Estudio de Redes Sociales 2023*. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2023/>

Sport. (18 de febrero de 2018). *Hemeroteca de SPORT*. <https://verportadas.es/hemeroteca/portada/sport/20180218.html>

SPSG Consulting. (2024). *Barómetro Patrocinio Deportivo*. <https://www.spsgconsulting.com/bpd-edicion2023>

Uribe, R., Buzeta, C. y Reyes, J. (2017). Personalidad de marca de los partidos políticos en Chile: una mirada desde los ciudadanos más jóvenes. *Cuadernos.info*, (41), 89-104. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.41.1252>

Van Heerden, C. H. (2001). *Factors affecting decision-making in South African sport sponsorships*. University of Pretoria.  
<https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/29282/Complete.pdf?sequence=15>

Villafañe, J. (2008). La gestión profesional de la imagen corporativa. *Pirámide*

*Women and Sport* (2015). Repucom  
[https://www.iboperepucom.com/media/2015/03/REP\\_Women\\_and\\_Sport-Report\\_final.pdf](https://www.iboperepucom.com/media/2015/03/REP_Women_and_Sport-Report_final.pdf)

WOMMA (The Word of Mouth Marketing Association) (2013). *2013 Influencer Guidebook*.  
<https://es.slideshare.net/svenmulfinger/womma-influencer-guidebook-2013-pdf>

Zamora Saborit, J., Sanahuja Peris, G., y Blay Arráez, R. (2015). El gestor de marca personal en el ámbito deportivo. *Questiones publicitarias*, (20), 106-116.  
<https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v20-zamora-sanahuja-arraez/440937>

## **10. TRADUCCIÓN AL INGLÉS**

### **1. INTRODUCTION**

This research is contextualized within the Final Project subject of the Advertising and Public Relations degree at Universitat Jaume I in Castellón. The purpose of this work is to investigate and analyze the personal brand on Instagram of figure skater Javier Fernández. Despite being relatively unknown to a significant portion of society, he is considered the best Spanish figure skater in history (Muñoz, 2023).

Additionally, the study aims to analyze his personal brand by comparing his Instagram audience during his years as a high-performance athlete and after his retirement. Before stepping away from competition in 2019, Javier achieved an Olympic medal, two world titles, and seven European titles. In 2023, he released a documentary film on RTVE and participated in the reality show “Gran Hermano VIP.”

As a sports icon, Javier Fernández has left a lasting legacy due to his charisma, sportsmanship, and status as the first Spanish skater to achieve such remarkable victories. He remains the only skater to consecutively win seven European titles. However, given that figure skating is a minority sport in Spain, he has not attained the same level of fame as athletes in more established disciplines like football or tennis (Carretero, 2018). Despite this, he has consistently sought to maintain a media presence, and my purpose is to analyze these results in relation to his Instagram profile.

In summary, this research will explore aspects related to personal branding and its impact on social media, drawing a comparison between Javier Fernández’s active career and his post-retirement phase. I aim to investigate what captures society’s interest more: an Olympic medal or a reality show.

#### **1.1. Justification and Interest in the Chosen Topic**

In today’s globalized and digitally connected world, we assume that everyone has a presence on social media platforms. These platforms have become essential tools for creating and solidifying personal brands (Martínez y Lara, 2014). From an academic perspective, I am particularly interested in this phenomenon because it involves the process of differentiating ourselves as individual brands. The importance of establishing a strong personal brand to position oneself in society and the job market is increasingly recognized (Karaduman, 2013). Therefore, I am motivated to study the management of this advertising tool.

Extending this concept of social differentiation through personal branding to public figures, there is a growing need for the world to know exactly who you are and what you do. As an Instagram user myself, I am drawn to its professional functionality.

Figure skating has been a part of my life since childhood, which is why I wanted to focus this work on a sport I have always practiced. I will center my investigation on Javier Fernández, who has been an idol and role model for me. My passion for this sport and everything related to it led me to explore its connection with my studies in Advertising and Public Relations, delving into a new dimension within the sport I love.

Through this final degree project, I set a personal challenge as a former figure skater. Ice skating has always been a minority sport in our country, so I aim to determine whether society values participation in a mass event like the reality show “Gran Hermano” more than sporting achievements such as an Olympic medal in figure skating. In essence, my research topic is driven by both academic and personal interests.

## **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

### **2.1. Personal Branding Concept**

Personal branding, popularized by Tom Peters in 1997, underscores the need for individuals to establish a distinct identity in today's competitive landscape. It extends beyond employability, emphasizing authenticity and uniqueness. Pérez Ortega expands the concept, stating it's about positioning oneself in memory, touching various aspects of life. Khedher proposes a model encompassing identity, positioning, and brand image evaluation. Guillem Recolons' hexagonal model offers an introspective approach, reflecting deeper dimensions for personal brand development and transformation. Overall, personal branding is essential for individuals to stand out and cultivate a strong reputation.

### **2.2. Personal Branding on Social Media**

Social networks, as social structures of interconnected individuals, are constantly growing and are fundamental for the communication and promotion of personal branding. The personal brand, defined as the distinctive identity in the marketplace, can be promoted and built through social networks, allowing individuals to present themselves, reflect their values and identity (Aaker, 2013; Peters, 1997). The creation of a personal brand requires effort and persistence, but social networks facilitate its exposure, impacting followers and increasing brand exposure according to the network of contacts (Pérez Ortega, 2008). In addition,

digital identity, although not controllable like personal branding, can be used strategically to promote it (Ramos, 2015).

### **2.2.1. Brand Identity or Corporate Identity**

Corporate identity and personal branding share the objective of developing a good image and differentiating oneself from the competition. While corporate identity focuses on the perception of the brand, personal branding focuses on the presentation of the individual (Capriotti, 2010). Both concepts seek to influence the image or reputation through communication. Corporate identity is defined with central, enduring and distinctive characteristics, representing the essence and difference of the company (Villafañe, 2008; Costa, 2001). It is the tool to generate trust and reputation (Pizzolante, 2004). It represents the personality of the organization and seeks to identify itself as unique and different, communicating its value and generating emotional power (Kotler y Keller, 2006).

### **2.2.2. Personal Branding on Instagram**

The personal brand stands out as the key differentiator of a person in relation to his or her environment, condensing the perception of his or her attributes. In the digital era, social networks, such as Instagram, are vital tools for its communication and visibility (Martínez y Lara, 2014). On Instagram, the personal brand generates notoriety and a community of followers, approaching the target audience through the platform and using strategies such as User Generated Content to strengthen its positioning (Boneta, 2019). In addition, personal branding on Instagram not only attracts followers and interactions, but also strengthens the brand itself and its growth (Cano-Tenorio y Paniagua-Rojano, 2017).

#### **2.2.2.1. Instagram as a Communication Tool**

Instagram, Spain's second most popular social platform after Facebook, emphasizes brand-user interaction through visual content like video and photography (IAB, 2023). It serves as a multimedia tool for simplifying information visually, offering dynamic content while remaining unintrusive (Boccardo y Cima, 2022). Dubbed "the social network of the instant," Instagram enables rapid, ephemeral storytelling and transmedia communication (Arréguez y Merlo, 2020). With nearly 60 % of the global population on social media, Instagram has emerged as a crucial communication channel for brands (Giménez, 2023). Its likes and comments feature fosters user engagement, completing the communicative loop (Romero, 2015). In essence, Instagram fosters visual communication, enabling brands to connect with their audience effectively (Arizmendi, 2020).

### **2.2.3. Personal Branding in Influencers**

Influencers, individuals or entities with credibility and digital reach, shape brand communication through User Generated Content. They've surged in importance, particularly on Instagram, evolving into opinion leaders. Influencers cultivate trust by projecting relatable personal brands. Ramos (2019) defines them as communicatively adept personalities with substantial social media followings. The term "influencer" has become integral to marketing strategies, classified by WOMMA into categories like Advocate, Ambassador, Citizen, Professional, or Celebrity, each with varying influence levels. Influencers vary by follower count, from Microinfluencers to Celebrities (Influency, 2018). David Molina's categorization (IEBS Digital School, 2022) considers influencers' industry verticals.

## **2.3. Sports Personal Branding**

Sports serve as a significant economic sector, influenced by media since the 1970s, transitioning them to co-authors alongside mere informers (Castro, 2015; Ballesteros, 2014; Moragas, 2007). Real (2015) highlights the link between sports growth and media visibility. This led to the rise of personal sports branding, where athletes craft identities beyond competition, influencing Hasaan et al. 's (2018) factors shaping brand value. Cashmore (2015) stresses athletes' strategic projection, while Arai et al. (2014) propose a model considering performance and off-field attributes like lifestyle and appearance.

### **2.3.1. Sports Instagrammers**

Instagrammers, as defined by Sammis et al. (2015), wield influence on their communities through strategic content showcasing lifestyles and brand promotion (Jin y Ryu, 2020). Instagram serves as a platform for athlete visibility, enabling interaction with followers and marketing endeavors (Abuín-Penas et al., 2019; Sharifzadeh et al., 2021). While athletes may not always be influencers, they hold significance in communication (Abuín-Penas y Maiz-Bar, 2022). "Sports instagrammers" (Bastero, 2024) often comprise athletes or fitness enthusiasts, aiming to inspire and educate about active living (Bastero, 2024). De Ferrari et al. (2020) stress the importance of cultivating a personal brand beyond athletic accomplishments for sustained presence post-career.

### **2.3.2. Sports Sponsorship and Athlete Image**

Sports sponsorship, as defined by Ennis (2020), involves investing in support for entities to achieve marketing goals, adding brand value (Van Heerden, 2001). It spans various categories, with sports sponsorship claiming 59 % of brand investments

(Cabezuelo-Lorenzo, 2021; SPSC Consulting, 2024). It leverages image transfer, aligning with values like health and competitiveness (Ibarrola, 2018), yet selecting athletes as ambassadors entails risks (Ibarrola, 2018). Elite clubs and athletes now garner more revenue from sponsors than salaries, driven by their social media reach (Bernache, 2021).

### **2.3.2.1. Minority Sports and Media Focus**

Sport, according to the Royal Spanish Academy, is any physical activity governed by rules and practiced as a game or competition. Minority sports, although less practiced, do not necessarily lack media visibility (Rojas, 2015). According to Cantó (2019), the perception of what is minority varies according to the geographical context. Mass media presence, as Driessens (2013) points out, can alter the status of a sport. Less popular sports, such as figure skating, often struggle for media visibility and financial support (Cherta, 2021). Despite their occasional successes, minority sports often receive little attention compared to soccer (Carretero, 2018). Sports newspapers prioritize soccer in their agendas, relegating other disciplines to the background (Aldana, 2020).

## **2.4. Personal Brand Creation Process**

The creation of a personal brand involves several steps according to Cantone (2010). It includes self-knowledge, identification of the target audience, setting goals, choosing a memorable name, developing an updated website and strategic use of social networks. Networking is crucial to strengthen professional and commercial connections (Pantoja, 2015). Positioning, according to Kotler (2005), involves defining the brand's offer to occupy a distinctive place in the consumer's mind. Pérez Ortega (2014) highlights four pillars: clear purpose, original profile, consistency and depth in communication.

## **2.5. Personal Brand Management**

Personal brand management, proposed by Peters (1997), emerged in the late 1990s as a response to the competitiveness of the labor market (Lair et al., 2005). Pérez (2008) defines personal branding as the creation and management of signs that identify a person and generate value. For Climent and Navarro (2016), it is a trend in human resources to build an attractive identity in the work environment. Flemings (2006) highlights the importance of the first impression, while Brown (2010) emphasizes the coherence between personal values and the brand. Benites-Valverde and Estrada-Realpe (2021) propose a strategic plan that includes environmental analysis, market segmentation and continuous evaluation.

### **2.5.1. Personal Brand Management on Social Media**

We live in a "network society" (Celaya, 2011), where networking is essential to manage personal branding. Social networks have boosted the growth of personal brands, used for marketing strategies (Aaker, 2013). Managing the brand in networks involves creating attractive and coherent profiles, while it is important to use various media to develop the brand identity (Paris et al., 2015). Establishing meaningful connections in social networks and self-awareness are key to building a distinctive brand (Silva y Diaz, 2022).

### **3. CONCLUSIONS**

The results obtained support the hypothesis proposed, demonstrating that values of perseverance and dedication to sports are determining factors in the consolidation of personal branding. Thus, the proposed objectives have been achieved:

1. An analysis of Javier Fernández's personal branding management has been carried out based on his Instagram profile, identifying and analyzing a sample of his posts and considering which communicative strategy yields better results.
2. A comparison of his audience during his active career and his current retirement has been established based on the mentioned sample and qualitative and descriptive criteria. It has been observed that his posts with the highest number of likes are during his active period, indicating an interest from his followers in seeing him compete and in images with other skaters. Additionally, it has also been noted that his number of sponsors has significantly decreased after his retirement, showing that brands have also lost interest in him after his competitive years, despite his increased presence in Spanish media after retiring and his current participation in TV programs.
3. The social perception of sports achievements has been identified compared to television participation, considering the impact on social media of content related to both topics. This has delimited the range of highlighted posts of the athlete with the best results to identify which strategy works best for the dissemination of his personal brand.

It was during his active career that Javier Fernández managed to consolidate his sports-related personal brand, especially in 2018, coinciding with significant sports achievements such as the Olympic medal. During this period, he obtained a greater number of interactions and recognition on Instagram, reflecting the positive impact of his sports successes on his public image.

The media coverage of Javier Fernández's sports achievements, especially during the Olympic Games, has significantly contributed to his visibility on social media, thus demonstrating the importance of these platforms in the creation and management process of a sports personal brand. His participation in sports-related events of international relevance (especially in Japan) and the media coverage of his sports achievements were decisive in maintaining the interest and participation of his audience on social media. Additionally, the influence of the figure skating culture in the reception of his posts is highlighted, particularly in countries like Japan, where figure skating is highly popular.

As expected, the analysis reveals that after his retirement, Javier Fernández experienced a decrease in the number of interactions on Instagram, despite his participation in national TV programs, offering him more presence on television than during his active career. This trend suggests that his target audience seeks a sports-focused Instagrammer in Fernández, rather than the reality show content that other platform users post. However, the skater publishes more content on skating rinks in this new stage, but it corresponds to him as a coach and not as a skater, demonstrating his followers' interest in seeing him skate and compete.

Highlighting the wide variety of segments positioned within his target audience, which is very broad and poorly defined. He has followers who have known him after his participation in TV programs, young athletes, and people who have followed his career since its inception, in addition to his international audience. This fact makes it difficult to precisely identify what his followers expect from him.

Nevertheless, posts related to the "Gran Hermano VIP 8" program have helped the athlete increase his number of interactions, especially in reel format. However, the current figures obtained are far below those of posts that showed effort, perseverance, and dedication to sports.

Thus, it has been observed how the athlete has always reflected his essence and values. His personal branding revolves around skating and the friendships it has brought him, and after his retirement, he seeks to continue positioning himself as a reference athlete in our country. He tries not to be forgotten, reminding society who he has been, showing numerous images of his achievements, and fighting for the visibility of skating in Spain. He works to create a new generation of skaters who can follow his path and reach new segments of society to transmit his values of perseverance and dedication.

In conclusion, the results obtained provide a comprehensive view of the evolution of Javier Fernández's personal brand on Instagram, confirming the proposed hypothesis by demonstrating the importance of sports achievements over television programs in the

management of his personal brand and the consolidation of his public image. Likewise, the importance of media visibility in the development of minority sports and how the culture of origin is decisive for their popularity has been appreciated.

## 11. ANEXO 1

Contenido publicado en el Instagram de Javier Fernández @javierfernandezskater.

*Nota:* Elaboración propia (12 de marzo de 2024).

ESTADO	FECHA	FORMATO	LIKES	REPRODUCCIONES	COMENTARIOS	DESCRIPCIÓN	CON OTROS PATINADORES RECONOCIDOS	PISTA DE PATINAJE	IMAGEN NO ACTUAL	CAUSA SOCIAL	PUBLICIDAD	INTERNACIONAL	APARICIÓN EN IMMCC	NOVIA
Retirado	11 marzo 2024	Carrusel	11729		54	Exhibición patinaje en Japón	x	x				x		
Retirado	8 febrero 2024	Reel	No visible	69.935	21	Ejerciendo de entrenador en Turquía		x				x		
Retirado	25 enero 2024	Post	8757		43	Recuerdo Olimpiadas Pyeongchang		x	x			x		
Retirado	8 enero 2024	Post	4730		33	Patinando en la pista de Hielo de Madrid		x						
Retirado	25 noviembre 2023	Reel	3937	103583	85	Inauguración de la pista de Hielo de Madrid		x						
Retirado	1 noviembre 2023	Reel	5918	512289	504	Despedida de Gran Hermano VIP 8							x	
Retirado	1 noviembre 2023	Reel	11334	974570	980	Abandono de Gran Hermano VIP 8							x	
Retirado	22 septiembre 2023	Carrusel	4935		100	Entrada en Gran Hermano VIP 8							x	
Retirado	21 septiembre 2023	Reel	4249	369086	138	Presentación de Gran Hermano VIP 8							x	



						alumnos Mexicanos											
Retirado	22 marzo 2023	Reel	1610	50754	31	Viaje México con sus amigos y para entrenar a alumnos Mexicanos		x									x
Retirado	7 marzo 2023	Reel	8867	96135	227	Fragmentos de él patinando en su Documental		x	x								
Retirado	24 febrero 2023	Carrusel	3542		119	Presentación de su Documental en RTVE											x
Retirado	17 febrero 2023	Reel	16351	177360	221	Recuerdo Olimpiadas Pyeongchang, se cumplen 5 años		x	x								x
Retirado	27 enero 2023	Reel	7389	134530	291	Anuncio del lanzamiento de su Documental				x							x
Retirado	21 enero 2023	Reel	No visible	52372	19	Patinando	x	x									
Retirado	19 enero 2023	Post	2153		7	DEP Miembro COE España											
Retirado	7 enero 2023	Carrusel	14192		60	Exhibición patinaje	x	x									
Retirado	6 enero 2023	Post	7441		58	Con los patinadores franceses Gabriella Papadakis y Guillaume Cizeron	x	x									x
Retirado	4 enero 2023	Post	3582		19	Con los cantantes Chanel Terrero y Leroy Sánchez y el patinador	x	x									

						Javier Raya en la Pista de Hielo de Madrid												
Retirado	4 enero 2023	Post	3851		25	Patinando en la Pista de Hielo de Madrid		x										
Retirado	28 diciembre 2022	Carrusel	4712		36	Inauguración de la Pista de Hielo de Madrid con niños patinando		x										
Retirado	12 diciembre 2022	Post	1159		448	Sorteo 4 entradas dobles para la Pista de Hielo de Madrid		x										
Retirado	2 diciembre 2022	Carrusel	3094		16	Exhibición patinaje en Italia	x	x							x			
Retirado	25 noviembre 2022	Carrusel	4287		34	Anuncio de la obertura de la Pista de Hielo de Madrid		x										
Retirado	23 noviembre 2022	Carrusel	3602		21	Conociendo a patinadores de Patinaje Alexmar en Santander		x										
Retirado	11 octubre 2022	Post	3248		23	Ejerciendo de entrenador		x										
Retirado	28 septiembre 2022	Reel	2424	54389	20	Resumen de las actividades de entrenamiento en su academia JF Summer Camp		x										
Retirado	26 septiembre 2022	Post	3513		26	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x										

Retirado	19 septiembre 2022	Carrusel	4174		34	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	12 septiembre 2022	Post	3281		18	Foto suya feliz											
Retirado	7 septiembre 2022	Carrusel	2835		31	Entrenando niños en México		x						x			
Retirado	30 agosto 2022	Post	3824		30	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	23 agosto 2022	Post	2876		14	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	17 agosto 2022	Reel	31333	73908	27	Entrenando a niños realizando saltos triples		x									
Retirado	9 agosto 2022	Carrusel	3645		30	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	28 julio 2022	Post	3789		15	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	20 julio 2022	Carrusel	52296		599	Con el Patinador Yuzuru Hanyu	x	x	x					x			
Retirado	19 julio 2022	Post	3566		44	Atendiendo a la prensa en la pista de hielo de Madrid		x									x
Retirado	12 julio 2022	Post	4110		36	Patinando en un campeonato		x	x					x			
Retirado	4 julio 2022	Post	7085		48	Disfrazado de pirata con patines porque se acerca carnaval											

Retirado	28 junio 2022	Carrusel	7730		56	Exhibición patinaje Fantasy On Ice en Japón		x											x
Retirado	23 junio 2022	Post	3289		25	Dando una charla como entrenador		x											
Retirado	14 junio 2022	Post	5081		63	Poniéndose los patines		x											
Retirado	1 junio 2022	Post	5477		57	Retrato de Javier Fernández sonriente													
Retirado	23 mayo 2022	Post	3930		21	Patinando		x											
Retirado	18 mayo 2022	Post	2675		15	Firmando autógrafo en una pista de hielo		x											
Retirado	9 mayo 2022	Post	2973		19	Javier Fernández en una pista de hielo		x											
Retirado	3 mayo 2022	Post	3567		12	Patinando Regino Hernández, snowboarder olímpico		x											
Retirado	28 abril 2022	Post	4044		23	Patinando (haciendo una pirueta) en la pista de hielo de Madrid		x											
Retirado	24 abril 2022	Carrusel	2154		18	Esquiando													
Retirado	21 abril 2022	Post	3197		30	Javier Fernández hablando sonriente													
Retirado	18 abril 2022	Post	2475		22	Anuncio de su academia JF Summer Camp													

Retirado	5 abril 2022	Post	4517		34	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	31 marzo 2022	Carrusel	11022		100	Con su antiguo equipo de entrenadores en Canadá	x							x			
Retirado	18 marzo 2022	Post	5861		23	Javier Fernández sonriente											
Retirado	21 marzo 2022	Post	2850		19	Fotografía niños para conmemorar el Día Mundial Síndrome de Down							x				
Retirado	15 marzo 2022	Post	4860		29	Patinando con niños discapacitados		x				x					
Retirado	7 marzo 2022	Post	7775		42	Patinando con Celia Robledo en su espectáculo Revolution On Ice	x	x									
Retirado	3 marzo 2022	Post	2614		63	Aviso de posponer Revolution On Ice por la guerra de Ucrania										x	
Retirado	3 marzo 2022	Post	3639		4	Javier Fernández en la pista de hielo de madrid hablando con la gente											x
Retirado	27 febrero 2022	Post	4425		33	Poniéndose los patines con un póster de Revolution On Ice											x

Retirado	24 febrero 2022	Post	8480		80	De niño jugando en la nieve			x								
Retirado	23 febrero 2022	Post	38896		activa	Con el patinador japonés Yuzuru Hanyu en las olimpiadas	x	x	x					x			
Retirado	21 febrero 2022	Post	13525		683	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	19 febrero 2022	Post	11860		3368	Sorteo entradas Revolution On Ice											
Retirado	18 febrero 2022	Carrusel	9823		148	Patinando con los deportistas Regino Hernández, Ander Mirambell y la patinadora Sara Hurtado	x	x									
Retirado	16 febrero 2022	Carrusel	5576		43	En la radio de Europa FM											x
Retirado	13 febrero 2022	Post	9455		51	Patinando, entrenando un show		x									
Retirado	10 febrero 2022	Post	10970		103	Firmando autógrafo		x									
Retirado	7 febrero 2022	Post	11067		82	Patinando vestido de torero en una exhibición		x									
Retirado	2 febrero 2022	Reel	6394	62948	92	Fragmento del programa La Resistencia											x
Retirado	1 febrero 2022	Carrusel	8270		166	Anuncio de la vuelta de Revolution On Ice											

Retirado	31 enero 2022	Post	5877		19	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	27 enero 2022	Post	9050		80	Javier Fernández, fotografía en un estudio											
Retirado	24 enero 2022	Post	4639		21	Dando una charla como entrenador		x									
Retirado	21 enero 2022	Carrusel	11341		600	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	19 enero 2022	Post	6892		48	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	7 enero 2022	Reel	4049	25738	25	Esquiando											
Retirado	21 diciembre 2021	Post	9641		114	Patinando (realizando una pirueta) en la pista de Hielo de Madrid		x									
Retirado	19 diciembre 2021	Post	8189		77	Cumpleaños Brian Orser, fotografía de ellos riendo en una competición	x	x	x					x			
Retirado	3 diciembre 2021	Carrusel	4392		45	Patinando con niños en el Día Internacional Discapacidad		x			x						
Retirado	26 noviembre 2021	Post	2313		23	Inauguración de la Pista de Hielo de Madrid		x									

Retirado	25 noviembre 2021	Post	10685		75	Patinando en la pista de Hielo de Madrid		x									
Retirado	16 noviembre 2021	Post	7957		59	Patinando con un niño en la pista de hielo de Madrid		x									
Retirado	11 noviembre 2021	Post	5198		47	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice y con Aitana cantando		x									
Retirado	1 noviembre 2021	Post	4056		37	Con Antonio Najarro en el Programa Un País en Danza		x								x	
Retirado	31 octubre 2021	Post	6866		117	Javier Fernández disfrazado de pirata por Halloween											
Retirado	29 octubre 2021	Reel	5743	28777	51	Fragmento del Programa Un País en Danza en el que aparece patinando		x								x	
Retirado	17 octubre 2021	Post	10069		39	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	20 octubre 2021	Post	3631		28	Escalando											
Retirado	14 octubre 2021	Post	6557		102	De niño, con su club de patinaje (19/06/04)		x	x								
Retirado	7 octubre 2021	Post	5851		59	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									







Retirado	23 marzo 2021	Post	3859		17	Anuncio de su academia JF Summer Camp con los patinadores Sonia Lafuente y Javier Raya	x										
Retirado	21 marzo 2021	Post	6350		43	Con niños en el Día Mundial Síndrome de Down		x		x							
Retirado	18 marzo 2021	Reel	4653	69224	40	Vídeo de su academia y el pequeño museo que hay en ella, y entrenando a alumnos		x									
Retirado	11 marzo 2021	Post	5850		27	De niño, patinando con su hermana Laura Fernández y otra chica más		x	x								
Retirado	10 marzo 2021	Post	11090		94	Patinando en un campeonato, anuncio de que forma parte de Eurosport España		x							x		
Retirado	5 marzo 2021	Post	5222		52	Anuncio de su academia JF Summer Camp con los patinadores Sonia Lafuente y Javier Raya	x										
Retirado	1 marzo 2021	Post	5989		29	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	25 febrero 2021	Post	7838		75	Patinando con su equipo internacional de patinadores en		x							x		

						su espectáculo Revolution On Ice											
Retirado	23 febrero 2021	Post	7569		51	Entrenando a una niña		x									
Retirado	17 febrero 2021	Carrusel	21531		224	Recuerdo Olimpiadas Pyeongchang		x	x					x			
Retirado	11 febrero 2021	Post	14636		117	De niño patinando, realizando un "ángel"		x	x								
Retirado	7 febrero 2021	Post	6807		35	Recuerdo Olimpiadas Sochi 2014 cuando fue el abanderado español		x	x					x			
Retirado	3 febrero 2021	Post	6340		32	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	31 enero 2021	Reel	5248	36478	40	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	28 enero 2021	Post	8911		85	Recuerdo Olimpiadas Sochi 2014 cuando fue el abanderado español		x	x					x			
Retirado	26 enero 2021	Post	8051		43	Patinando con una niña discapacitada		x									
Retirado	22 enero 2021	Carrusel	3017		33	Comunicado de que se aplaza el campus de su academia por el COVID-19											

Retirado	17 enero 2021	Post	7547		30	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	13 enero 2021	Reel	4089	23610	98	Fragmento del Programa Un año de tu vida		x									x
Retirado	12 enero 2021	Post	3413		13	Inscripciones abiertas de su campus en Pamplona											
Retirado	9 enero 2021	Post	7067		48	Nieve en Madrid											
Retirado	6 enero 2021	Post	3342		22	Pista de Hielo de Madrid, con niños para felicitar el día de Reyes		x									
Retirado	31 diciembre 2020	Carrusel	8381		79	Resumen año, con otros patinadores conocidos, la pista de hielo de Madrid y su espectáculo		x									
Retirado	29 diciembre 2020	Reel	4888	37704	121	Patinando en la pista de Hielo de Madrid		x									
Retirado	25 diciembre 2020	Reel	5639	40278	145	Felicitando la Navidad patinando en la pista de hielo de Madrid		x									
Retirado	24 diciembre 2020	Post	11475		127	Javier Fernández sonriente en un mercadillo navideño											
Retirado	23 diciembre 2020	Reel	5638	30128	66	Publicidad The Lemon Age en la		x					x				

						pista de hielo de Madrid											
Retirado	20 diciembre 2020	Post	7599		42	Niños con Discapacidad en la Pista de Hielo de Madrid		x			x						
Retirado	16 diciembre 2020	Reel	3236	22559	27	Entrenador en su academia y publicidad Mitsubishi Electric		x				x					
Retirado	15 diciembre 2020	Reel	3007	12155	30	Anuncio de su academia JF Academy											
Retirado	13 diciembre 2020	Post	11271		206	Indignación ante el cierre de la pista de hielo de Granada		x									
Retirado	11 diciembre 2020	Post	7132		46	Entrenando en su academia JF Summer Camp		x									
Retirado	7 diciembre 2020	Post	6074		45	Con el Presidente COE en su academia de patinaje		x			x						
Retirado	3 diciembre 2020	Post	14881		83	Patinando con niños discapacitados en el Día Internacional Discapacidad		x									
Retirado	30 noviembre 2020	Post	4845		46	Sold Out de las plazas en su academia de patinaje											
Retirado	28 noviembre 2020	Post	3844		33	Publicidad San Silvestre Vallecana								x			

Retirado	27 noviembre 2020	Post	6779		27	Últimas plazas disponibles en su academia de patinaje											
Retirado	25 noviembre 2020	Post	7101		45	Patinando en su espectáculo Revolution On Ice		x									
Retirado	25 noviembre 2020	Post	7668		78	DEP Maradona											
Retirado	24 noviembre 2020	Reel	3624	19371	103	Hablando y respondiendo preguntas sobre su academia de patinaje											
Retirado	20 noviembre 2020	Post	4841		73	Inscripciones abiertas de su academia de patinaje											
Retirado	19 noviembre 2020	Post	12547		451	Inauguración JF Academy											
Retirado	18 noviembre 2020	Reel	5476	29022	88	Patinando en su show para crear Hype sobre una noticia que anunciará el día 19 noviembre		x									
Retirado	17 noviembre 2020	Post	7961		52	Publicidad Playstation España							x				
Retirado	16 noviembre 2020	Post	6751		55	Actuando en el show Flamenco On Ice de Japón con el bailarín Antonio Najarro		x							x		
Retirado	15 noviembre 2020	Reel	13060	69916	191	Exhibición patinaje en Rusia con otros patinadores	x	x							x		

Retirado	12 noviembre 2020	Post	12428		104	Recuerdo Campeón Mundial 2015, con su medalla de oro		x	x					x		
Retirado	11 noviembre 2020	Reel	9447	42718	105	Con el Patinador Evgeni Plushenko en su pista de hielo en Rusia	x	x						x		
Retirado	9 noviembre 2020	Post	10697		66	Día de la Almudena, fotografía de Madrid										
Retirado	8 noviembre 2020	Reel	5194	31648	143	Sorteo Gorros Revolution On Ice										
Retirado	7 noviembre 2020	Post	24040		243	Con el patinador ruso Evgeni Plushenko y su hijo Alex Plushenko	x	x						x		
Retirado	5 noviembre 2020	Post	11113		106	Patinando en competición internacional, Recuerdo Grand Prix Barcelona 2014		x	x					x		
Retirado	4 noviembre 2020	Reel	2397	15249	18	Publicidad The Lemon Age, vídeo de un limón hablando							x			
Retirado	3 noviembre 2020	Post	13663		99	Patinando, realizando una figura		x								
Retirado	30 octubre 2020	Carrusel	7564		27	Con Presidente COE hablando en un salón										

Retirado	29 octubre 2020	Post	7189		73	De niño jugando en la nieve			x								
Retirado	28 noviembre 2020	Reel	9147	39130	319	Patinando, entrenando el programa "SuperJavi"		x									
Retirado	16 octubre 2020	Post	11268		81	Patinando, entrenando para su show Revolution On Ice		x									
Retirado	24 octubre 2020	Post	10262		104	En el campo del Real Madrid con su camiseta el día del Clásico											
Retirado	23 octubre 2020	Post	6179		27	Publicidad The Lemon Age con el piragüista Saúl Craviotto					x						
Retirado	22 octubre 2020	Post	5630		52	Posado con su equipo internacional de patinadores de Revolution On Ice								x			
Retirado	21 octubre 2020	Reel	7456	30756	141	#JaviChallenge, consiste en un reto de equilibrio en patines		x									
Retirado	20 octubre 2020	Post	9832		59	Patinando con las patinadoras Sonia Lafuente y Sara Hernández	x	x									
Retirado	19 octubre 2020	Post	11286		91	Día Mundial Contra El Cáncer de Mama, fotografía en apoyo con una camiseta					x						

Retirado	16 octubre 2020	Post	54457		1347	Patinador Yuzuru Hanyu en una exhibición de patinaje	x	x						x		
Retirado	12 octubre 2020	Post	15711		164	Día De la Fiesta Nacional, con recuerdos de sus competiciones con la bandera española				x						
Retirado	11 octubre 2020	Post	15253		151	Con el Tenista Rafa Nadal para felicitarle por su éxito en el Roland-Garros										
Retirado	7 octubre 2020	Carrusel	15837		102	Recordando Open Japón 2019, y enseñando su medalla	x			x				x		
Retirado	5 octubre 2020	Reel	20518	83328	506	Programa de sus Olimpiadas de Vancouver en 2010				x	x				x	
Retirado	25 septiembre 2020	Post	8616		58	Javier Fernández en un pub de Madrid posando en la entrada										
Retirado	24 septiembre 2020	Post	7870		54	Posado con la patinadora Sonia Lafuente y el fotógrafo Guido Gutiérrez	x									
Retirado	23 septiembre 2020	Post	11431		98	Publicidad Colgate España, con una sonrisa de plástico en una pista de hielo				x				x		

Retirado	21 septiembre 2020	Post	15999	180	Javier Fernández sonriente en una pista de hielo	x											
Retirado	16 septiembre 2020	Post	10485	46	Ilustración de Javier Fernández patinando												
Retirado	3 septiembre 2020	Post	18226	140	Javier Fernández en casa con su gato												
Retirado	27 agosto 2020	Carrusel	16404	149	Viaje en la naturaleza con fotografías de cascadas												
Retirado	19 agosto 2020	Post	14874	164	Javier Fernández posando en un estudio												
Retirado	11 agosto 2020	Post	10582	242	Su gato en el sofá de su casa												
Retirado	9 agosto 2020	Post	12634	45	Cena con sus amigos estadounidenses										x		
Retirado	2 agosto 2020	Post	15827	94	Recuerdo de una exhibición con su programa "SuperJavi" y el patinador Greg Kolz	x	x	x							x		
Retirado	27 julio 2020	Post	13055	85	Enseñando sus patines en una pista de hielo										x		
Retirado	24 julio 2020	Post	25746	228	Hablando con el patinador Shoma Uno en el Japan Open 2019	x	x	x							x		

Retirado	20 julio 2020	Post	15760		140	Enseñando una medalla de oro						x		
Retirado	17 julio 2020	Reel	13479	58099	258	Fragmento de uno de sus programas de Revolution On Ice		x						
Retirado	13 julio 2020	Carrusel	14821		74	Viaje amigos a unas cascadas en la naturaleza								
Retirado	11 julio 2020	Post	6984		45	Recordando el Mundial Fútbol 2010 donde ganó España								
Retirado	3 julio 2020	Reel	5726	23168	108	Spot de la DGT donde aparece patinando		x		x	x			
Retirado	1 julio 2020	Post	22018		143	Día Nacional de Canadá, fotografía en su balcón de Canadá con sus patines colgados							x	
Retirado	29 junio 2020	Post	9877		49	Publicidad Uniqlo con una camiseta azul marino en el aire libre						x		
Retirado	25 junio 2020	Post	8207		39	Publicidad Uniqlo patinando con Jon Larucea y Judit Abarca						x		
Retirado	23 junio 2020	Post	13947		94	Día Olímpico, fotografía recuerdo de sus olimpiadas		x	x				x	
Retirado	22 junio 2020	Post	12931		38	Publicidad Uniqlo con la						x		

						deportista Alexia en una terraza									
Retirado	20 junio 2020	Post	11169		137	Una paella									
Retirado	17 junio 2020	Post	11637		57	Publicidad Uniqlo jugando al tenis						x			
Retirado	10 junio 2020	Post	10597		54	Ilustración del Mundial de Patinaje 2016 con Celia Robledo	x		x				x		
Retirado	4 junio 2020	Post	11564		110	Javier Fernández en su casa feliz									
Retirado	2 junio 2020	Post	9143		55	En solidaridad con el movimiento #BlackoutTuesday y						x		x	
Retirado	21 mayo 2020	Post	13215		83	Anuncio Live con Víctor Gutiérrez con una fotografía de una competición			x	x				x	
Retirado	25 abril 2020	Carrusel	6186		70	Cartel Open Ice donde aparece								x	
Retirado	15 abril 2020	Post	24226		1027	Su cumpleaños, fotografía en la playa sentado en la arena									
Retirado	3 abril 2020	Post	17047		170	Viaje a Tokio, saliendo de un coche en una de las calles de la ciudad								x	
Retirado	26 marzo 2020	Reel	14885	78843	401	Patinando, realizando un triple Axel			x						

Retirado	22 marzo 2020	Carrusel	8818		138	Posando con el equipo internacional de patinadores de Revolution On Ice	x						x		
Retirado	21 marzo 2020	Reel	9611	64080	214	Fragmento de la despedida de su show Revolution On Ice	x	x							
Retirado	17 marzo 2020	Post	19243		137	DEP el patinador Chris Reed, fotografía de ellos en blanco y negro con otros patinadores como Nathan Chen y Patrick Chan	x						x		
Retirado	16 marzo 2020	Post	18630		203	Concienciación #QuédateEnCasa durante el COVID-19									
Retirado	10 marzo 2020	Post	8747		85	Ayuda Fundación También con un cheque de 52.430€					x				
Retirado	9 marzo 2020	Reel	13700	59312	149	Patinando entrenando para el Mundial y deseando suerte a los patinadores que van este año		x	x				x		
Retirado	3 marzo 2020	Post	10728		70	Javier Fernández patinando en su show Revolution On Ice		x							

Retirado	25 febrero 2020	Carrusel	10837		138	Medalla al Mérito Deportivo en Zaragoza											
Retirado	17 febrero 2020	Post	16245		227	Recuerdo Olimpiadas Pyeongchang en el podio con su medalla		x	x					x			
Retirado	14 febrero 2020	Post	16728		207	Javier Fernández en el hospital por una lesión en la rodilla											
Retirado	11 febrero 2020	Post	15003		128	Javier Fernández atendiendo a la prensa en una pista de hielo		x									
Retirado	3 febrero 2020	Post	7736		35	Reunión con su equipo											
Retirado	28 enero 2020	Reel	10521	53493	121	DEP Kobe Bryant									x		
Retirado	27 enero 2020	Post	9223		32	Comiendo en un bar con sus amigos											
Retirado	13 enero 2020	Carrusel	10728		58	Noticia de un periódico de Japón en el que habla de su labor entrenando a patinadores japoneses		x							x		x
Retirado	11 enero 2020	Post	6229		20	Publicidad FREEX DAY experience en la nieve esquiando									x		
Retirado	11 enero 2020	Carrusel	13391		78	Esquiando, feliz en la nieve											

Retirado	8 enero 2020	Post	14077		83	Entrenando niños en Japón		x						x		
Retirado	7 enero 2020	Carrusel	22551		120	Con su fotografía Guido Gutiérrez en el avión viajando a Japón, y imágenes de Hachinohe								x		
Retirado	4 enero 2020	Reel	6980	40265	140	Fragmento de él patinando en Revolution On Ice y Taburete cantando		x								
Retirado	3 enero 2020	Reel	5533	34450	62	Publicidad La Liga jugando a un fútbol humano con patines en una pista de hielo		x					x			
Retirado	3 enero 2020	Post	8420		14	Esquiando en la nieve con sus amigos										
Retirado	30 diciembre 2019	Carrusel	14450		200	Revolution On Ice, imágenes del show patinando y de su equipo internacional de patinadores	x	x						x		
Retirado	29 diciembre 2019	Carrusel	15681		193	Revolution On Ice, imágenes del show patinando y de su equipo internacional de patinadores	x	x						x		
Retirado	27 diciembre 2019	Post	15138		112	Patinando sonriente en su show Revolution On Ice		x								

Retirado	27 diciembre 2020	Post	11889		74	Revolution On Ice, abrazándose con su equipo internacional de patinadores		x					x					
Retirado	26 diciembre 2019	Reel	7092	39081	127	Publicidad Hawei, vídeo hablando							x					
Retirado	22 diciembre 2019	Reel	6898	41068	630	Sorteo Revolution On Ice, vídeo del espectáculo												
Retirado	22 diciembre 2019	Carrusel	18224		188	Revolution On Ice, imágenes del show patinando y de su equipo internacional de patinadores	x	x							x			
Retirado	19 diciembre 2019	Post	4118		15	Publicidad Huawei, imagen de la marca									x			
Retirado	17 diciembre 2019	Post	12192		93	Publicidad Clínica Baviera, fotografía suya en blanco y negro									x			
Retirado	16 diciembre 2019	Post	10184		70	Revolution On Ice, patinando con Celia Robledo	x	x										
Retirado	15 diciembre 2019	Carrusel	13996		139	Resumen Revolution On Ice de Bilbao	x	x										
Retirado	12 diciembre 2019	Carrusel	16944		183	Ayuda Fundación También, patinando con niños discapacitados									x		x	

Retirado	6 diciembre 2019	Carrusel	8534		46	Esquiando con sus amigos											
Retirado	5 diciembre 2019	Post	12652		87	Recuerdo fotografía suya en casa en 2015			x								
Retirado	4 diciembre 2019	Carrusel	5218		57	Fotografías de la inauguración de la pista de hielo de Madrid		x									
Retirado	3 diciembre 2019	Post	7542		40	Día Internacional del Euskera, con niños discapacitados en Bilbao		x		x							
Retirado	28 noviembre 2019	Post	9505		56	Publicidad Uniqlo patinando con una chaqueta amarilla		x			x						
Retirado	27 noviembre 2019	Carrusel	8551		18	Con la tenista Paula Badosa en Barcelona en una pista de tenis											
Retirado	26 noviembre 2019	Post	5169		35	Publicidad Uniqlo, patinando en una pista con una chaqueta amarilla		x			x						
Retirado	25 noviembre 2019	Carrusel	10169		72	Fundación Maria Jose Jove en A Coruña					x						
Retirado	23 noviembre 2019	Post	4674		55	Cartel Revolution On Ice con Blas Cantó en A Coruña y Madrid											
Retirado	21 noviembre 2019	Reel	8149	54331	35	Patinando en la despedida del	x	x									

						show Revolution On Ice									
Retirado	19 noviembre 2019	Carrusel	6736		58	Posado con los cantantes de Revolution On Ice		x							
Retirado	18 noviembre 2019	Carrusel	7402		25	Entrevista para Marca		x							x
Retirado	17 noviembre 2019	Carrusel	14811		179	Revolution On Ice de Zaragoza con sus fans		x							
Retirado	15 noviembre 2019	Carrusel	7802		44	Publicidad La Liga, en el campo del Real Zaragoza						x			
Retirado	11 noviembre 2019	Carrusel	10563		180	Revolution On Ice, imágenes del show patinando y de su equipo internacional de patinadores	x	x						x	
Retirado	9 noviembre 2019	Post	8050		72	Revolution On Ice, fotografía de un entrenamiento con su equipo internacional de patinadores	x	x						x	
Retirado	8 noviembre 2019	Post	15183		85	Revolution On Ice, él entrenando para el show de Málaga								x	
Retirado	6 noviembre 2019	Post	9721		69	Revolution On Ice, posado con su equipo internacional de patinadores	x							x	

Retirado	2 noviembre 2019	Post	6454		88	Cartel de Revolution On Ice en Málaga con Aitana											
Retirado	29 octubre 2019	Carrusel	32181		18428	Sorteo de sus Patines con fotos tuyas en la pista		x									
Retirado	18 octubre 2019	Post	11631		133	Hype noticia importante, selfie suyo en casa											
Retirado	16 octubre 2019	Carrusel	14760		114	Patinaje Inclusivo, patinando con niños discapacitados en una pista de hielo		x		x							
Retirado	15 octubre 2019	Post	4880		67	Cartel Revolution On Ice de Madrid con Taburete											
Retirado	24 octubre 2019	Carrusel	13243		124	En un programa de Aragón TV en Zaragoza											x
Retirado	21 octubre 2019	Post	10734		48	Javier Fernández atendiendo a la prensa en una pista de hielo		x									
Retirado	17 octubre 2019	Post	4985		66	Cartel Revolution On Ice de Zaragoza con Edurne											
Retirado	15 octubre 2019	Post	16412		157	Revolution On Ice, fotografía de sus patines											
Retirado	14 octubre 2019	Reel	55181	55190	70	Entrenando niños en Japón		x								x	

Retirado	13 octubre 2019	Post	9211		47	Calle de Japón						x			
Retirado	10 octubre 2019	Post	13188		72	Publicidad Uniqlo, feliz en la naturaleza con una chaqueta verde						x			
Retirado	9 octubre 2019	Post	12974		83	Con un niño japonés en una pista de hielo de Japón		x					x		
Retirado	7 octubre 2019	Carrusel	15056		67	Entrenando niños en Japón		x					x		
Retirado	6 octubre 2019	Carrusel	35268		358	Recuerdos del Open de Japón de 2019		x					x		
Retirado	3 octubre 2019	Post	6208		73	Cartel de Revolution On Ice de Bilbao con Vanesa Martín	x			x					
Retirado	2 octubre 2019	Reel	5596	30677	68	Publicidad Uniqlo, vídeo de él poniéndose los patines para entrenar		x					x		
Retirado	26 septiembre 2019	Reel	8388	39648	157	Cartel Revolution On Ice de Málaga con Aitana y vídeos suyos patinando									
Retirado	4 septiembre 2019	Post	10877		196	DEP Blanca Fernández Ochoa, foto suya en las olimpiadas							x		
Retirado	17 julio 2019	Post	9880		61	Con sus amigos a punto de empezar un viaje en autocaravana									x

Retirado	5 julio 2019	Post	8805		110	Cartel de una Escuela patinaje México en la que participa							x	
Retirado	24 junio 2019	Post	17987		67	Día Olímpico, foto suya en las olimpiadas con Brian Orser y Tracy Wilson	x	x	x				x	
Retirado	24 mayo 2019	Reel	8626	64138	116	Flamenco On Ice, exhibición de patinaje en Japón		x					x	
Retirado	24 mayo 2019	Post	8516		27	Cartel de entrenadores para el JF Summer Camp	x							
Retirado	22 mayo 2019	Post	6321		70	Cartel de Flamenco On Ice, en Japón							x	
Retirado	10 mayo 2019	Post	10465		102	Publicidad Martinelli, en un estudio con un sofá, posando con un traje negro						x		
Retirado	9 mayo 2019	Carrusel	12340		75	Inauguración Flamenco On Ice en Japón		x					x	
Retirado	8 mayo 2019	Post	14054		58	Javier Fernández, selfie								
Retirado	7 abril 2019	Post	19360		94	Exhibición patinaje en Japón con otros patinadores	x	x					x	
Retirado	2 abril 2019	Post	6802		97	Fechas del JF Summer Camp de Granada								

Retirado	24 marzo 2019	Post	58847		623	Posando con los patinadores Yuzuru Hanyu y Nam Nguyen en una gala de patinaje	x						x		
Retirado	24 marzo 2019	Post	25417		63	Con la patinadora Meryl Davis en una ventana	x						x		
Retirado	20 marzo 2019	Post	15631		374	Cartel de las fechas y lugares de Revolution On Ice									
Retirado	14 marzo 2019	Reel	7795	44170	51	Vídeo de una exhibición de danza de su novia bailarina Marina Rio									x
Retirado	14 marzo 2019	Post	17000		81	Ensayando Flamenco On Ice de Japón con otros patinadores (Sonia Lafuente, Laura Fernández, Celia Robledo, Javier Raya)	x	x							
Retirado	4 marzo 2019	Post	21628		76	Programa La Resistencia, posando con su novia Marina Rio y el presentador David Broncano							x	x	x
Retirado	27 febrero 2019	Reel	7580	49630	52	Apoyo a Lidia Valentín con un vídeo suyo									
Retirado	4 febrero 2019	Post	27862		115	Día Mundial Contra El Cáncer, con una niña luchando				x					

						contra dicha enfermedad									
Retirado	29 enero 2019	Post	56945		2021	Imagen patinando con el lema "Gracias por vuestro apoyo", en referencia al anuncio oficial de su retirada	x								
Activo	20 enero 2019	Post	27065		303	Con el jugador de baloncesto canadiense Mackenzie Tucker en un partido									
Activo	11 enero 2019	Reel	22230	123776	139	Publicidad Consejo Superior de Deportes, vídeo hablando en su pista de entrenamiento de Canadá	x			x	x				
Activo	1 enero 2019	Post	31864		198	Con su novia Marina Rio deseando un feliz año nuevo						x			x
Activo	31 diciembre 2018	Reel	15395	63611	169	Resumen de su año con Revolution On Ice y su equipo internacional de patinadores	x	x				x			
Activo	30 diciembre 2018	Post	29725		198	Patinando en Revolution On Ice con Pablo Alborán al piano		x							
Activo	18 diciembre 2018	Reel	12586	48814	64	Publicidad Huawei y Ayuda a CRIS contra el cáncer, vídeo en	x			x	x				

						la pista de hielo de Madrid										
Activo	13 diciembre 2018	Post	28654		147	Selfie con el Futbolista Iker Casillas										
Activo	6 diciembre 2018	Carrusel	15039		inactiva	Concienciación enfermedades infantiles, fotografía con dos niñas						x				
Activo	28 noviembre 2018	Reel	24500	109714	825	Anuncio de su retirada tras el próximo Europeo, vídeo de él hablando, vestido de traje										
Activo	27 noviembre 2018	Post	9697		137	Cartel de Revolution On Ice en Madrid										
Activo	21 noviembre 2018	Post	16980		112	Patinando en Revolution On Ice, saltando con el logo de Huawei debajo			x				x			
Activo	11 noviembre 2018	Post	15301		186	Pabellón donde se realiza Revolution On Ice lleno de gente			x							
Activo	7 noviembre 2018	Carrusel	17819		114	Entrenamiento de Revolution On Ice			x							
Activo	19 noviembre 2018	Post	12883		192	Cartel de Revolution On Ice en Málaga con el patinador ruso Evgeni Plushenko			x						x	

Activo	16 octubre 2018	Post	17765		68	Selfie con su novia Marina Rio en la playa												x
Activo	15 octubre 2018	Post	7845		59	Cartel de Revolution On Ice												
Activo	9 octubre 2018	Carrusel	19771		75	Fotos con futbolistas de la Selección Española Masculina de Fútbol												
Activo	27 septiembre 2018	Carrusel	9725		31	Publicidad La Liga con el equipo de Fútbol de Málaga Femenino								x				
Activo	22 septiembre 2018	Reel	8117	54247	49	Exhibición de patinaje en Italia, Opera On Ice			x								x	
Activo	12 septiembre 2018	Post	14132		83	Fotografía de su sombra con la de su Novia Marina Rio												x
Activo	5 septiembre 2018	Post	11865		42	Publicidad Laboratorios Ynsadiet, en el suelo de la pista de hielo, con los patines			x						x			
Activo	29 agosto 2018	Post	21396		175	Publicidad Reebok, saludando con la mano metido dentro de un armario												x
Activo	22 agosto 2018	Post	23715		197	Publicidad Huawei, con los patines, un abrigo de plumas												x

					y el móvil en la mano									
Activo	13 agosto 2018	Post	29025	190	Patinando en una competición con un traje negro	x						x		
Activo	10 agosto 2018	Post	13701	44	Cartel de la actuación del Ballet Nacional de España en Japón							x		
Activo	4 agosto 2018	Post	9727	44	Apoyo Carolina Marín, fotografía suya deseándole suerte									
Activo	3 agosto 2018	Post	14563	74	Vacaciones en la playa con su novia Marina Rio									x
Activo	31 julio 2018	Post	17974	55	Ayuda a CRIS contra el cáncer, fotografía suya patinando en Revolution On Ice	x		x						
Activo	21 julio 2018	Post	12907	32	JF Summer Camp de Granada, imágenes de los entrenamientos con Brian Orser y Tracy Wilson	x	x					x		
Activo	19 julio 2018	Post	44277	704	DEP Denis Ten, fotografía suya en el podio del mundial de 2015	x	x					x		
Activo	18 julio 2018	Post	9506	135	Cartel de las fechas de Revolution On Ice			x				x		



Activo	11 junio 2018	Reel	9336	53926	91	Revolution On Ice, vídeo patinando él y su equipo internacional de patinadores con Diana Navarro cantando	x	x				x	
Activo	1 junio 2018	Post	23669		64	Con los patinadores Tessa Virtue y Scott Moir en Canadá	x					x	
Activo	31 mayo 2018	Reel	14405	64875	112	Vídeo resumen de Revolution On Ice, con él y su equipo internacional de patinadores	x	x				x	
Activo	27 mayo 2018	Post	19120		88	Con el Patinador Misha Ge, cansados sentados en la grada de un pabellón	x	x				x	
Activo	21 mayo 2018	Post	13901		364	Publicidad Lastlap, en una sala de reuniones						x	
Activo	18 mayo 2018	Post	22843		59	Stars On Ice, exhibición con patinadores internacionales en Canadá	x	x				x	
Activo	18 mayo 2018	Post	14655		45	Stars On Ice, exhibición con patinadores internacionales en Canadá	x					x	

Activo	2 mayo 2018	Post	27995		156	Selfie con su novia Marina Rio en Canadá							x		x
Activo	30 abril 2018	Reel	16182	117717	129	Publicidad Spain In 10 Sec, vídeo en la playa						x	x		
Activo	29 abril 2018	Reel	9545	41817	70	Día Internacional de la danza, Programa en la 1 con el coreógrafo de su programa "La malagueña" de Antonio Najarro									x
Activo	28 abril 2018	Post	14727		177	Entrevista en Cuatro TV en el Programa de Risto Mejide									x
Activo	27 abril 2018	Post	9063		37	Apoyo a Andrés Iniesta con una fotografía del mundial 2010 de fútbol									
Activo	24 abril 2018	Post	36124		510	Javier Fernández posando en un estudio, serio con los brazos cruzados y traje azul marino									
Activo	23 abril 2018	Post	16127		71	Con su equipo internacional de entrenadores, selfie								x	x
Activo	19 abril 2018	Post	25774		151	Con su Novia Marina Rio, felicitándole el cumpleaños									x
Activo	18 abril 2018	Post	8944		81	Anuncio de su espectáculo									

						Revolution On Ice											
Activo	17 abril 2018	Post	19709		72	Bailando con su Novia Marina Rio											x
Activo	16 abril 2018	Post	29440		1838	Sorteo entradas para Revolution On Ice											
Activo	12 abril 2018	Post	22976		243	Realizando un salto de patinaje sin patines en un campo de fútbol		x									
Activo	7 abril 2018	Post	7375		41	#PrayForHumboldt, concienciación con las víctimas del ataque al equipo de hockey canadiense					x		x				
Activo	5 abril 2018	Reel	13137	118639	101	Vídeo de su Novia Marina Rio corriendo a abrazarle											x
Activo	2 abril 2018	Post	26399		270	Portada Gentleman Spain, en la que sale vestido de coles claros y posando en una silla blanca sobre un fondo blanco											
Activo	2 abril 2018	Post	38138		177	Amigos patinadores, como Patrick Chan, Tessa Virtue y Scott Moir entre otros		x									x



Activo	14 marzo 2018	Post	13267		205	JF Summer Camp, fotografías de las instalaciones		x									
Activo	12 marzo 2018	Post	20990		55	Publicidad Gym Virtual, él entrenando y levantando peso con ropa de Reebok							x				
Activo	11 marzo 2018	Post	38860		277	Selfie con su Novia Marina Rio en Cuenca											x
Activo	10 marzo 2018	Post	23275		72	Publicidad Gym Virtual, él entrenando y levantando peso con ropa de Reebok								x			
Activo	5 marzo 2018	Post	30350		141	Concienciación enfermedades infantiles, con el niño Adrián Martín							x				
Activo	4 marzo 2018	Post	19925		134	Con su Novia Marina Rio en Sevilla											x
Activo	25 febrero 2018	Post	20795		142	Paisaje, playa y montaña											
Activo	23 febrero 2018	Post	37154		204	Publicidad Reebok, atándose los zapatos								x			
Activo	20 febrero 2018	Post	42173		457	Con su familia (padres, patinadora y hermana Laura Fernández y Novia Marina Rio) en las	x									x	x

						Olimpiadas de Pyeongchang											
Activo	17 febrero 2018	Post	83765		3761	Bronce Olimpiadas Pyeongchang, fotografía con la medalla		x							x		
Activo	26 enero 2018	Post	22481		555	Javier Fernández con un balón de fútbol en Rúsia									x		
Activo	20 enero 2018	Post	39857		1162	Podio de su 6º Oro Europeo consecutivo	x	x							x		
Activo	18 enero 2018	Post	29541		564	Patinando en el campeonato europeo de patinaje de Rúsia		x							x		
Activo	15 enero 2018	Post	18995		107	Publicidad La Liga con un balón de fútbol en una pista de patinaje de Rúsia con el patinador Evgeni Plushenko	x	x				x	x				
Activo	14 enero 2018	Post	13342		138	Imagen de su pasaporte para subir al avión hacia Moscú para el campeonato europeo									x		
Activo	9 enero 2018	Post	12678		134	Con su Novia Marina Rio con un filtro de orejas de oso											x
Activo	7 enero 2018	Post	8765		28	Con sus amigos en una piscina											



Activo	19 noviembre 2017	Post	17242		136	Trofeo Éric Bompard, fotografía de los patinadores medallistas	x	x						x		
Activo	14 noviembre 2017	Post	13075		120	Con su equipo de entrenadores en Canadá	x	x						x		
Activo	10 noviembre 2017	Post	16254		109	Bailando con su Novia Marina Rio										x
Activo	1 noviembre 2017	Post	11247		195	Preparado para competir en el Grand Prix de China		x						x		
Activo	18 octubre 2017	Reel	11243	68692	87	Vídeo del programa CBD con Datos sobre el Patinaje y la realización de saltos cuádruples		x								x
Activo	12 octubre 2017	Post	13685		91	Día de la Hispanidad, fotografía de las Olimpiadas de Sochi como abanderado español								x		
Activo	8 octubre 2017	Post	12056		26	Con patinadores internacionales en un bar (Japón, Canadá y Estados Unidos)	x							x		
Activo	7 octubre 2017	Post	18706		129	Open Japón 2017, con los medallistas rusos como Alina Zagitova y Evgenia Medvedeva	x	x						x		

Activo	24 septiembre 2017	Post	29179		377	En el Autumn Classic de Canadá, con los medallistas, entre ellos Yuzuru Hanyu	x	x						x		
Activo	23 septiembre 2017	Post	24661		210	En una competición, con los patinadores Yuzuru Hanyu, Misha Ge y Daisuke Murakami	x	x						x		
Activo	22 septiembre 2017	Post	9141		59	Con el equipo español en un campeonato de Canadá	x	x						x		
Activo	21 septiembre 2021	Reel	10202	54673	172	Publicidad La Liga, hablando y explicando dónde ver su competición de Canadá							x	x		
Activo	15 septiembre 2017	Post	4553		35	Publicidad Reebok, imagen del escarparte del Corte Inglés								x		
Activo	10 septiembre 2017	Post	9704		31	Con sus amigos patinadores y su novia Marina Rio en un lago en la naturaleza	x									x
Activo	6 septiembre 2017	Post	6892		22	Publicidad Reebok, él entrenando en el gimnasio y saltando								x		
Activo	4 septiembre 2017	Post	14819		73	Publicidad San Miguel 00, él sentado en el hielo con los		x						x		

						patines y una lata de cerveza											
Activo	31 agosto 2017	Post	11994		128	Selfie de Javier Fernández en el coche con su novia Marina Rio											x
Activo	31 agosto 2017	Post	7927		23	Publicidad Reebok, entrenando en el gimnasio							x				
Activo	27 agosto 2017	Post	7507		30	Publicidad Reebok, corriendo							x				
Activo	26 agosto 2017	Post	14474		53	Con sus amigos y su novia Marina Rio haciendo piragüismo											x
Activo	23 agosto 2017	Post	9161		46	Canadá, paisaje											x
Activo	16 agosto 2017	Post	13851		90	Publicidad Reebok, retrato en blanco y negro, cara seria											x
Activo	14 agosto 2017	Reel	4917	18671	51	Publicidad Reebok, entrenando en el aire libre con otros deportistas como Saúl Craviotto											x
Activo	12 agosto 2017	Post	18244		142	Entrenamiento en Canadá con Brian Orser y Paige Aistrop	x	x									x
Activo	3 agosto 2017	Post	6153		46	DEP Ángel Nieto											
Activo	28 julio 2017	Post	10973		135	Museo de Cera de Madrid, con el proceso de											

						creación de su escultura								
Activo	25 julio 2017	Post	11602		61	Entrenamiento en Canadá, creando un nuevo programa de competición con David Wilson	x	x					x	
Activo	25 julio 2017	Post	8118		177	Sorteo japonés de seis camisetas de Madrid firmadas							x	
Activo	24 julio 2017	Post	16709		120	Fotografía en la pista de hielo de Canadá con sus nuevos patines despidiendo a sus antiguos patines		x					x	
Activo	14 julio 2017	Post	20399		519	Javier Fernández posando con su traje de exhibición de "SuperJavi"								
Activo	24 junio 2017	Post	15512		101	Fotografía de un programa de La 1 en el que aparece, fotografía de su programa Charlie Chaplin		x						x
Activo	19 junio 2017	Post	12659		97	Fotografía en Japón							x	
Activo	16 junio 2017	Post	6713		125	Sorteo japonés de seis camisetas de Madrid firmadas							x	

Activo	15 junio 2017	Post	16165	93	Publicidad de La Liga, con el Patinador Evgeni Plushenko y un balón de fútbol	x					x	x		
Activo	14 junio 2017	Carrusel	11895	30	Publicidad La Liga con un balón de fútbol y su Novia y patinadora japonesa Miki Ando	x					x	x		x
Activo	7 junio 2017	Post	4845	127	Publicidad La Liga, con un balón de fútbol						x			
Activo	5 junio 2017	Post	14029	65	Vacaciones, selfie en una piscina									
Activo	2 junio 2017	Post	11701	85	Vacaciones, en una tumbona de una piscina									
Activo	30 mayo 2017	Post	15217	75	Flores que le han dado los fans de Japón		x					x		
Activo	25 mayo 2017	Post	16135	90	Fantasy On Ice, exhibición en Japón con conocidos patinadores, entre ellos Yuzuru Hanyu y Evgeni Plushenko	x	x					x		
Activo	20 mayo 2017	Post	7286	16	Cena con sus amigos en un bar								x	
Activo	16 mayo 2017	Post	10100	49	Publicidad Madrid, posando con fotografía		x					x		

						de una pista de hielo como fondo								
Activo	15 mayo 2017	Post	6877		38	Medalla San Isidro, reconocimiento en Madrid, fotografía en el photocall								
Activo	14 mayo 2017	Post	11649		37	Apoyo Rafa Nadal, en la pista de tenis con Carolina Marín								
Activo	13 mayo 2017	Post	16754		95	Medalla de Oro Comunidad de Madrid, posando con el escudo								
Activo	5 mayo 2017	Post	8022		39	Con una camiseta de la Fundación Dame Vida y el cantante Henry Mendez						x		
Activo	4 mayo 2017	Post	5400		43	JF Summer Camp, anuncio de que se abren las inscripciones								
Activo	2 mayo 2017	Reel	6624	27100	69	Real Madrid, vídeo del partido desde la grada								
Activo	26 abril 2017	Post	6525		60	Cartel Medalla de Oro comunidad de Madrid, con Cristina Cifuentes y sus patines								
Activo	25 abril 2017	Post	21152		214	Entrenamiento en Canadá,						x		x

						sentado con sus patines									
Activo	22 abril 2017	Post	23994		207	Con los demás patinadores poniendo fin a la temporada de competiciones, entre ellos Yuzuru Hanyu y Nathan Chen	x	x						x	
Activo	12 abril 2017	Post	9719		160	Cartel Exhibición de patinaje en Granada con Henry Mendez		x							
Activo	10 abril 2017	Post	17774		92	Con la Patinadora Marissa Castelli, ella sentada en un banco y Javier de pie a su lado	x	x						x	
Activo	4 abril 2017	Carrusel	18698		298	Javier Fernández en casa comiendo con su gato									
Activo	3 abril 2017	Post	19913		337	Con la Patinadora Anna Pogorilaya en una gala de patinaje	x							x	
Activo	1 abril 2017	Post	22270		771	Dando las gracias por el apoyo en el campeonato Mundial, imagen de la competición en Helsinki		x						x	
Activo	30 marzo 2017	Post	12291		269	Sonriendo en el Mundial de		x						x	

						Patinaje de Helsinki									
Activo	29 marzo 2017	Post	11308		120	Con el patinador Javier Raya en una pista de entrenamiento de Helsinki	x						x		
Activo	27 marzo 2017	Post	6066		22	Publicidad La Liga, con el equipo de fútbol de Helsinki						x	x		
Activo	26 marzo 2017	Post	5225		141	Publicidad La Liga, cartel de su competición en Helsinki	x					x	x		
Activo	26 marzo 2017	Post	10045		108	Publicidad La Liga, equipo español que viaja a Helsinki para competir	x					x	x		
Activo	11 marzo 2017	Post	8004		44	Con el equipo de patinaje sincronizado español	x								
Activo	1 marzo 2017	Post	9063		50	Posando para una revista a nivel internacional								x	
Activo	16 febrero 2017	Post	9517		73	Fotografía del Programa Informe Robinson en Cero									x
Activo	15 febrero 2017	Post	8323		20	Día Mundial Contra El Cáncer Infantil, ilustración de niños						x			
Activo	9 febrero 2017	Reel	5959	29331	37	Publicidad La Liga, resumen	x						x		

						de su día a día en competición										
Activo	3 febrero 2017	Post	11577		90	Publicidad La Liga con Carolina Marín y balones de fútbol							x			
Activo	1 febrero 2017	Post	13066		184	Programa El Hormiguero, posando con el presentador Pablo Motos										x
Activo	1 febrero 2017	Post	10873		135	Programa El Hormiguero, imagen del plató										x
Activo	30 enero 2017	Post	11995		199	Programa El Hormiguero, imagen de él patinando con el logo del programa										x
Activo	29 enero 2017	Post	11740		464	Publicidad de La Liga, cartel anunciando su 5º Oro Europeo							x	x		
Activo	27 enero 2017	Post	11260		310	Feliz y con los pulgares hacia arriba en el Europeo de patinaje										x
Activo	23 enero 2017	Post	12003		200	Selfie en el avión yendo a Ostrava para competir en el europeo de patinaje										x
Activo	22 enero 2017	Reel	14313	83824	238	Entrenamiento en Canadá, preparando el europeo							x			x



						Revolution On Ice												
Activo	21 diciembre 2016	Post	6037		31	III Edición de los Premios PlayStation, posando en el photocall											x	
Activo	19 diciembre 2016	Post	12085		61	7° Oro Nacional, imagen de un muñeco suyo con la medalla												x
Activo	18 diciembre 2016	Post	3279		36	Revolution On Ice, cartel anunciando la venta del 70% de las entradas												
Activo	17 diciembre 2016	Post	10526		72	Cumpleaños de Brian Orser, imagen de ellos en una competición												x
Activo	16 diciembre 2016	Post	5018		16	Con el equipo de Revolution On Ice												x
Activo	13 diciembre 2016	Post	9838		206	Javier Fernández probándose trajes en una tienda												
Activo	11 diciembre 2016	Post	9959		159	Patinando en una competición con un traje negro												x
Activo	6 diciembre 2016	Post	5851		76	Imagen de su gato dentro de su armario de casa												
Activo	3 diciembre 2016	Post	4184		32	Cartel de Revolution On												x

						Ice con todos los patrocinadores											
Activo	1 diciembre 2016	Post	8236		72	Selfie suyo en el avión yendo a Nueva York											x
Activo	26 noviembre 2016	Post	4432		25	Cartel de Revolution On Ice anunciando los cantantes que participarán											
Activo	21 noviembre 2016	Post	5291		19	Scott Hamilton Foundation, imagen con patinador, luchador del cáncer y fundador de la fundación	x					x					x
Activo	20 noviembre 2016	Post	4352		27	Cartel de Revolution On Ice											
Activo	15 noviembre 2016	Post	6632		61	Revolution On Ice, cartel anunciando los patinadores internacionales	x										x
Activo	12 noviembre 2016	Post	10482		149	Patinando en un campeonato		x									x
Activo	11 noviembre 2016	Post	9233		62	Con sus amigos patinadores Misha Ge y Takahito Mura	x										x
Activo	7 noviembre 2016	Post	7290		49	Patinando en una exhibición		x									
Activo	6 noviembre 2016	Post	9329		58	Rostelecom Cup de Moscú, imagen saltando con los	x	x									x

						ganadores de la competición												
Activo	5 noviembre 2016	Post	8644		175	Rostelecom Cup de Moscú, imagen de su traje y patines											x	
Activo	4 noviembre 2016	Post	5604		116	Rostelecom Cup de Moscú, imagen del orden de salida y competición	x										x	
Activo	21 octubre 2016	Post	6801		29	Con su novia y patinadora japonesa Miki Ando	x										x	x
Activo	19 octubre 2016	Post	5526		33	Imagen paisaje Japón											x	
Activo	17 octubre 2016	Post	4939		23	En la cabina del avión con Cristina Cifuentes, Publicidad Comunidad de Madrid											x	
Activo	13 octubre 2016	Post	7885		19	Cenando con el Patinador Misha Ge	x										x	
Activo	11 octubre 2016	Post	8355		62	Entrenando en Canadá y anunciando el Premio Casa Real que se le ha otorgado											x	
Activo	7 octubre 2016	Post	5909		36	Entrenamiento en Canadá											x	
Activo	1 octubre 2016	Post	9988		51	Amigos patinadores en una competición en Japón, entre ellos la	x	x									x	

						patinadora Evgenia Medvedeva											
Activo	28 septiembre 2016	Post	6132		48	Preparando su sesión para el Japan Open		x							x		
Activo	28 septiembre 2016	Post	1863		10	DEP Jef Bilings		x							x		
Activo	26 septiembre 2016	Post	11276		53	Cumpleaños de la patinadora Mao Chan, imagen de ellos patinando	x	x							x		
Activo	22 septiembre 2016	Post	2767		11	Publicidad La Liga, imagen de un balón de fútbol									x		
Activo	21 septiembre 2016	Post	4265		15	Programa Informe Robinson, imagen detrás de cámaras, grabando en un salón en Toronto, y publicidad de PlayStation									x	x	x
Activo	17 septiembre 2016	Post	6391		32	Javier Fernández haciendo piragüismo											
Activo	15 septiembre 2016	Post	7463		69	Selfie con su gato en su casa de Toronto										x	
Activo	5 septiembre 2016	Post	6696		32	Apoyo al español Bruno Hortelano, fotografía de él posando con una escalera											

Activo	25 agosto 2016	Post	7553		60	Patinando, anunciando el inicio de la nueva temporada competitiva		x									
Activo	10 agosto 2016	Reel	5463	57201	105	Vídeo de un cuádruple del Patinador Stephen Gogolev en su pista de entrenamiento de Toronto		x					x				
Activo	4 agosto 2016	Post	4901		23	Con Carolina Marín posando con las camisetas de publicidad de UCAM Universidad							x				
Activo	2 agosto 2016	Post	4014		16	Apoyo a España en los JJOO de Rio 2016, imagen suya con los brazos arriba								x			
Activo	28 julio 2016	Post	6294		42	En Japón con la pequeña Himawari, hija de su pareja								x			x
Activo	27 julio 2016	Post	6051		37	Publicidad Comunidad de Madrid, posando en la capital con los patines en la mano								x			
Activo	14 julio 2016	Post	4246		9	Con el Ciclista Alberto Contador, apoyándole en su lesión											



						Norimasa Fujisawa									
Activo	4 junio 2016	Post	6120		21	Con un ramo de flores de sus fans de Japón								x	
Activo	29 mayo 2016	Post	7424		40	En el campo del Real Madrid con la camiseta									
Activo	22 mayo 2016	Post	6830		15	Stars On Ice, espectáculo de patinaje en Japón con otros patinadores internacionales	x	x						x	
Activo	21 mayo 2016	Reel	7288	27966	110	Practicando Golf									
Activo	17 mayo 2016	Post	7495		30	Con el patinador Eric Radford	x							x	
Activo	17 mayo 2016	Post	5577		12	Comiendo con amigos patinadores internacionales	x							x	
Activo	17 mayo 2016	Post	4950		35	Vacaciones, imagen de una piscina								x	
Activo	12 mayo 2016	Post	7111		22	Con el Patinador Scott Moir en el show Stars On Ice de Japón	x	x						x	
Activo	9 mayo 2016	Post	5429		55	Portada de El País Semanal, en la que aparece como "El nuevo rey del deporte español"		x							
Activo	7 mayo 2016	Reel	9511	59974	99	Realizando un salto con el patinador Patrick		x						x	

						Chan en Stars On Ice									
Activo	1 mayo 2016	Post	7791		32	Día de la madre, fotografía en la playa con sus padres, su hermana, su novia patinadora japonesa Miki Ando y su hija	x						x		x
Activo	30 abril 2016	Reel	9050	45097	142	Realizando un salto con el patinador Patrick Chan en Stars On Ice							x		
Activo	27 abril 2016	Post	4127		13	Cartel apoyando a Rafa Nadal como abanderado español en los JJO de Rio 2016									
Activo	25 abril 2016	Post	2727		10	Publicidad UCAM Universidad, posando con los miembros del COE y Carolina Marín							x		
Activo	22 abril 2016	Post	5579		61	Recibimiento de los Reyes Felipe VI y Leticia en la Casa Real									
Activo	22 abril 2016	Post	6073		49	Con el futbolista Sergio Ramos posando con la camiseta del Real Madrid									
Activo	19 abril 2016	Post	8556		155	Medalla de Oro de la Real Orden									

						al Mérito Deportivo									
Activo	17 abril 2016	Post	9702		29	Stars On Ice, posando con el equipo internacional de patinadores	x	x						x	
Activo	16 abril 2016	Post	8682		205	Regalos de los fans en el espectáculo Stars On Ice								x	
Activo	14 abril 2016	Post	6363		118	JF Summer Camp, cartel con el entrenador Brian Orser	x							x	
Activo	12 abril 2016	Post	5625		51	Cartel de la Federación de Hielo Español y la ISU									
Activo	6 abril 2016	Post	7646		94	Portada Sphera Sports, anunciando a Javier como bicampeón mundial en Japón								x	
Activo	5 abril 2016	Post	8085		59	Anuncio de su segundo oro mundial en Japón, imagen de él patinando		x						x	
Activo	4 abril 2016	Post	8321		91	Con su familia, novia y entrenador en Japón, tras ganar su segundo mundial	x							x	x

Activo	3 abril 2016	Post	15670	386	Imagen suya patinando tras conseguir ser Bicampeón Mundial, publicidad UCAM universidad, Joma y La Liga	x				x	x		
Activo	2 abril 2016	Post	13087	642	Posando con su medalla de Bicampeón Mundial, publicidad UCAM universidad, Joma y La Liga	x				x	x		
Activo	30 marzo 2016	Post	7875	280	Selfie con sus fans en el mundial de patinaje, Publicidad Joma, La Liga y UCAM universidad	x				x	x		
Activo	27 marzo 2016	Post	6217	163	En el avión viajando al mundial de patinaje en Japón, publicidad Joma y UCAM universidad					x	x		
Activo	27 marzo 2016	Post	2280	19	DEP Igor, imagen suya en blanco y negro						x		
Activo	25 marzo 2016	Post	6119	38	En Toronto con el equipo de patinaje que participará en el mundial	x	x				x		
Activo	22 marzo 2016	Post	4123	6	Pray for Belgium, concienciación tras un ataque					x	x		

						terrorista en Bruselas												
Activo	22 marzo 2016	Post	4831		38	Entrevista para La Liga, posando en una pared blanca												x
Activo	11 marzo 2016	Post	3494		40	11-M, no se olvida lo sucedido												x
Activo	8 marzo 2016	Post	2066		9	Publicidad UCAM Universidad, imagen del logotipo												x
Activo	6 marzo 2016	Post	4903		29	Cenando con amigos patinadores	x											x
Activo	4 marzo 2016	Post	3764		76	JF Summer Camp, cartel con el entrenador Brian Orser												x
Activo	2 marzo 2016	Post	4871		25	Javier Fernández con un ramo de flores de sus fans de Japón												x
Activo	22 febrero 2016	Post	5154		31	Con la Patinadora Adelina Sotnikova en una gala de patinaje	x											x
Activo	18 febrero 2016	Post	4517		19	Preparándose para una competición, publicidad Joma												x
Activo	15 febrero 2016	Post	4085		9	Posando con un amigo												

Activo	14 febrero 2016	Post	6740	42	Con su novia y patinadora japonesa Miki Ando, celebrando San Valentín	x						x		x
Activo	14 febrero 2016	Post	5089	24	Arton Ice, patinando en el show		x					x		
Activo	8 febrero 2016	Post	4173	16	Arton Ice, patinando en el show con todo el equipo internacional de patinadores	x	x					x		
Activo	5 febrero 2016	Post	5685	40	Posando con el Patinador ruso Evgeni Plushenko	x						x		
Activo	30 enero 2016	Post	4495	33	Comiendo con su familia									
Activo	29 enero 2016	Post	8293	225	Recuerdo Oro Mundial 2015, en el podio con su medalla		x	x				x		
Activo	28 enero 2016	Post	6477	222	4° Oro Europeo, Publicidad Joma, posando feliz con el chándal de la marca		x					x	x	
Activo	28 enero 2016	Post	5678	188	Sonriente anunciando la hora del Campeonato Europeo, Publicidad Joma y Quirón Salud,							x	x	
Activo	27 enero 2016	Post	3652	85	Orden de salida de los participantes en	x							x	

						el campeonato de Europa								
Activo	26 enero 2016	Post	4506		27	En el Campeonato europeo sentado en la mesa de los jueces con Felipe Montoya	x	x					x	
Activo	23 enero 2016	Reel	6796	47817	135	Entrenamiento en Canadá antes del europeo, publicidad Joma Y Quirón Salud		x			x	x		
Activo	22 enero 2016	Post	5371		59	Selfie con su gato en su casa de Toronto							x	
Activo	7 enero 2016	Post	4270		14	Con niños de la Fundación Porque Viven y su novia y patinadora japonesa Miki Ando en una pista de hielo	x	x		x			x	x
Activo	2 enero 2016	Post	8551		90	Logotipo del Programa El Hormiguero y una foto suya patinando								x
Activo	1 enero 2016	Post	8554		107	Deseando feliz año nuevo con su novia y patinadora japonesa Miki Ando y su hija Himawari	x						x	x
Activo	29 diciembre 2015	Post	5179		30	En la exhibición de patinaje patrocinada por la Revista Hola						x		

Activo	27 diciembre 2015	Post	7478	59	Patinando con su novia y patinadora japonesa Miki Ando	x	x					x		x
Activo	24 diciembre 2015	Post	5127	85	Deseando Feliz Navidad con un brindis									
Activo	21 diciembre 2015	Post	5361	33	Imagen patinando y poniendo el enlace para la compra de entradas de su exhibición		x							
Activo	20 diciembre 2015	Post	4388	62	Retrato sonriente tras su 6° Oro Nacional, publicidad Joma y Quirón Salud							x	x	
Activo	17 diciembre 2015	Post	4749	22	Selfie para la Revista Hola		x					x		
Activo	17 diciembre 2015	Post	2432	7	Cartel del campeonato de España de patinaje artístico sobre hielo									
Activo	16 diciembre 2015	Post	3424	23	Portada del Diario AS donde aparece con el premio al mejor deportista del año							x		
Activo	15 diciembre 2015	Post	4758	61	Ceremonia de entrega del Premio Mejor Deportista del Año									
Activo	14 diciembre 2015	Post	3949	47	Cartel de una exhibición de patinaje con su	x							x	x

						novia japonesa Miki Ando									
Activo	14 diciembre 2015	Post	8419		115	Imagen de una la exhibición de la Final del Grand Prix con el programa SuperJavi									x
Activo	10 diciembre 2015	Reel	4963	20652	111	Al finalizar su último entrenamiento para la Final Grand Prix, Publicidad Joma		x				x		x	
Activo	9 diciembre 2015	Post	5454		58	Final Grand Prix, firmando en la entrada									x
Activo	30 noviembre 2015	Post	5419		50	Tarta que le han regalado los fans de Rusia									x
Activo	27 noviembre 2015	Post	5237		35	Entrenamiento en Canadá		x							x
Activo	26 noviembre 2015	Post	4905		44	Imagen suya en un campeonato pasado para anunciar su candidatura a los premios del deporte del Periódico AS		x	x			x			
Activo	23 noviembre 2015	Post	4189		29	Representando a Barcelona en el Grand Prix de Patinaje, publicidad Joma y Quirón Salud								x	x
Activo	14 noviembre 2015	Post	4730		16	Pray for France, apoyo tras el ataque terrorista de París						x			x

Activo	12 noviembre 2015	Post	5093		44	Posando con su entrenador y patinador Brian Orser con un premio de su club	x							x		
Activo	10 noviembre 2015	Post	6805		51	Posando en una gala de patinaje con dos patinadoras chinas	x							x		
Activo	9 noviembre 2015	Post	5533		40	Selfie con los ramos de flores que le han enviado los fans de Japón								x		
Activo	6 noviembre 2015	Post	4732		86	Diciendo que está nervioso ante la competición, pero feliz, publicidad Quirón Salud							x	x		
Activo	4 noviembre 2015	Post	4275		72	Traje de su competición en China								x		
Activo	4 noviembre 2015	Post	4987		46	Traje de su competición en China								x		
Activo	3 noviembre 2015	Post	5715		31	Patinando, preparándose para el Grand Prix de China	x							x		
Activo	27 octubre 2015	Reel	6632	No visible	176	Entrenamiento en Canadá, patinando su programa de competición	x							x		
Activo	29 septiembre 2015	Post	4046		30	Regalos que le envían sus fans	x							x		

						españoles a Canadá									
Activo	13 septiembre 2015	Post	6675		51	Fotografía en la playa con sus padres, su hermana, su novia patinadora japonesa Miki Ando y su hija	x							x	x
Activo	23 agosto 2015	Post	4027		23	Javier Fernández bailando									
Activo	16 agosto 2015	Post	5828		54	En el Homenaje que le han hecho en Navalacruz con una estatua suya									
Activo	31 julio 2015	Post	4228		31	Paisaje Japón								x	
Activo	26 julio 2015	Post	5462		19	Con un amigo suyo en la playa									
Activo	21 julio 2015	Reel	5818	No visible	56	Entrenamiento del programa "La Malagueña" con Antonio Najarro	x								
Activo	19 julio 2015	Reel	4962	No visible	32	Con amigos suyos saltando a un lago									
Activo	14 julio 2015	Reel	4196	No visible	163	Vídeo de un gato dentro de una chancla									
Activo	13 julio 2015	Post	4912		27	Con ramos de flores que le envían sus fans de Japón y China								x	
Activo	8 julio 2015	Post	6950		21	Con ramos de flores que le envían sus fans								x	

						de Japón y China									
--	--	--	--	--	--	---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--