



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**El éxito deportivo esloveno: la gestión de las  
redes sociales de las estrellas Pogacar, Doncic  
y Oblak**

**Alumno: Víctor Vega Novo**

**Tutora: Amaya Arribas Urrutia**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América y Periodismo**

**Curso 2023 - 2024**

# El éxito deportivo esloveno: la gestión de las redes sociales de las estrellas Pogacar, Doncic y Oblak

## Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado presenta el análisis del éxito deportivo esloveno a través de la gestión estratégica en redes sociales de tres figuras actuales: Tadej Pogacar en el ciclismo, Luka Doncic en el baloncesto y Jan Oblak en el fútbol. Se examinan en detalle las estrategias de contenido implementadas en sus cuentas de Instagram y X (antiguo Twitter) durante el año 2023, destacando la combinación de publicaciones profesionales, personales y promocionales. Por su parte, este enfoque centrado en la influencia nacional tiene como objetivo principal evaluar el impacto de estas estrategias en la promoción personal y profesional de estos tres atletas, así como su influencia en la percepción pública y en la comunidad deportiva internacional. Los resultados muestran que estos deportistas utilizan sus plataformas para promover la identidad nacional mediante el eslogan "I feel Slovenia".

## Palabras Clave

Redes sociales, Eslovenia, Pogacar, Doncic, Oblak, Deporte.

## Abstract

This Bachelor's Thesis presents an analysis of Slovenian sports success through the strategic management of social media by three current figures: Tadej Pogacar in cycling, Luka Doncic in basketball, and Jan Oblak in football. Detailed analysis is conducted on the content strategies implemented on their Instagram and X (formerly Twitter) accounts during 2023, emphasizing a mix of professional, personal, and promotional posts. The results demonstrate that these athletes utilize their platforms to promote national identity through the slogan "I feel Slovenia". The study includes an analysis of the published content, the values they promote, and interactions with Slovenian followers on these two social media platforms. This approach, focused on national influence, aims to evaluate the impact of these strategies on the personal and professional promotion of these three athletes, as well as their influence on public perception and the international sports community.

## **Keywords**

Social media, Slovenia, Pogacar, Doncic, Oblak, Sport.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>6</b>
1.1. Justificación del tema elegido.....	6
1.2. Objetivos.....	7
<b>2. Estado de la cuestión.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Marco teórico.....</b>	<b>8</b>
2.1.1. Comunicación y redes sociales en el deporte.....	8
2.1.2. Impacto de las redes sociales en la identidad nacional y repercusión mediática	11
2.1.3. Mejores prácticas en la gestión de redes sociales.....	12
<b>2.2. Marco contextual.....</b>	<b>14</b>
2.2.1. Presentación de los deportistas.....	14
2.2.2. Presencia en redes sociales.....	19
<b>3. Metodología.....</b>	<b>20</b>
3.1. Análisis de contenido .....	20
3.2. Instrumentos para la obtención de datos.....	21
<b>4. Resultados.....</b>	<b>22</b>
4.1. Principales resultados.....	22
4.2. Comparación con otros deportistas.....	31
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>32</b>
<b>6. Bibliografía.....</b>	<b>34</b>

# 1. Introducción

Durante los últimos años, Eslovenia ha emergido como una potencia deportiva desarrollando talentos a nivel mundial que destacan sobre el resto en sus respectivas disciplinas. Entre los grandes deportistas de este país destacan tres nombres: el ciclista Tadej Pogacar, el jugador de baloncesto Luka Doncic y el portero de fútbol Jan Oblak. Aparte de estos nombres sobresalen otros deportistas de máximo nivel en sus respectivas modalidades. Además, cabe destacar que Eslovenia registra una cifra asombrosa de medallas olímpicas siendo un país con una dimensión en habitantes similar a la Comunidad de Castilla – La Mancha (Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport, 2024).

¿Cómo un país tan pequeño en términos de población ha llegado a conseguir este éxito deportivo?

Este fenómeno es debido a que las políticas deportivas presentes en el lugar han sido esenciales para conseguir este notable progreso. Entre dichas medidas destacan (Slovenian Tourist Board, 2024):

- Implantar el deporte como un pilar fundamental en el sistema educativo destinando el mayor porcentaje de fondos
- Proporcionar desde la infancia todos los recursos necesarios para expresar todo su potencial en la habilidad deportiva que pueda destacar cada persona, y esta a su vez, forme parte de un estilo de vida saludable
- Facilitar el acceso del deporte tanto en ciudades como en poblaciones pequeñas para que los más jóvenes puedan llegar a ser auténticos profesionales
- Fomentar el turismo deportivo a través de las redes sociales para dar a conocer el país dentro y fuera de la nación
- Establecer en el calendario un día como fiesta nacional dedicada al deporte (23 de septiembre), donde la población comparte distintas aficiones

Por su parte, Eslovenia posee una identidad nacional significativa que no solo se centra en la promoción de su impresionante naturaleza, con montañas y paisajes, sino también en su rica cultura, gastronomía y otros valores distintivos del país, (Slovenian Tourist Board, 2024). Las instituciones deportivas utilizan estratégicamente las redes sociales para promover tanto el país como el deporte a nivel internacional y fortalecer el orgullo y la cultura deportiva. Además, estas plataformas facilitan la interacción con la comunidad y permiten desarrollar campañas promocionales que destacan los logros de los deportistas eslovenos y fomentan la participación

en diversas actividades deportivas.

Esto suscita interés no solo desde una perspectiva vinculada al deporte, sino también desde el ámbito de la comunicación. Los tres deportistas han conseguido aumentar su repercusión a través de su presencia en las redes sociales, y a su vez, fomentar la gran proyección deportiva implementada por el Gobierno de su país.

## **1.1 Justificación del tema elegido**

Eslovenia ha destacado en el panorama deportivo mundial no solo por sus logros en diversas disciplinas, sino también por la manera en que sus estrellas deportivas han sabido aprovechar las plataformas digitales, como Instagram y X (antiguo Twitter), para fortalecer y promover sus carreras de manera efectiva.

En esta investigación, se analizarán exhaustivamente las estrategias comunicativas empleadas por los deportistas eslovenos Pogacar, Doncic y Oblak en sus perfiles de Instagram y X durante el pasado año. El objetivo principal será evaluar el impacto de estas estrategias en la promoción personal y profesional de estos tres atletas, así como su influencia en la percepción pública y en la comunidad deportiva internacional. A través de este estudio, se examinará cómo las plataformas digitales están redefiniendo no solo la forma en que los deportistas se comunican con su audiencia, sino también cómo construyen y gestionan sus marcas personales en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.

## **1.2 Objetivos**

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado consiste en analizar la contribución de la gestión de las redes sociales al éxito y a la imagen pública de los deportistas eslovenos Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak. Además, se abordarán los objetivos secundarios:

- Identificar el tipo de contenido que publican y su impacto en la percepción pública
- Analizar las estrategias empleadas en su comunicación y su forma de interactuar con sus seguidores
- Analizar el papel de las redes sociales en la formación de la identidad nacional eslovena
- Explorar las diferencias y similitudes en la gestión de redes sociales entre los tres deportistas e identificar las mejores prácticas utilizadas en la gestión de las redes sociales por parte de estos deportistas

## **2. Estado de la cuestión**

### **2.1 Marco teórico**

#### **2.1.1. Comunicación y redes sociales en el deporte**

La comunicación en el ámbito deportivo mediante las redes sociales ha transformado profundamente la manera en que los deportistas y equipos interactúan y difunden información (Billings et al., 2014). Con la amplia disponibilidad de plataformas como Facebook, X, Instagram y YouTube, los atletas tienen ahora herramientas poderosas para conectarse directamente con sus seguidores a nivel mundial. Estas plataformas no solo les permiten compartir momentos destacados y vivencias personales en tiempo real, sino también construir una presencia digital que puede impactar de manera significativa en su éxito y en cómo son percibidos por el público, señala Herrera (2012).

En la era digital actual, la comunicación y las redes sociales se han convertido en pilares fundamentales para el deporte, transformando cómo se percibe, consume y experimenta el mundo deportivo (Maderer et al., 2018). La capacidad de los atletas, equipos y organizaciones deportivas para comunicarse directamente con sus seguidores a través de plataformas digitales ha revolucionado no solo el marketing y la promoción, sino también la manera en que los fanáticos interactúan y se involucran con sus ídolos. Las redes sociales permiten una comunicación bidireccional, donde los deportistas pueden compartir sus historias, entrenamientos, logros y momentos personales, mientras que los seguidores pueden responder, interactuar y mostrar su apoyo de manera inmediata y personal.

Una de las principales ventajas de las redes sociales en el deporte es la capacidad de alcanzar una audiencia global de manera instantánea. Esto ha permitido a los deportistas ampliar su base de seguidores más allá de sus localidades y países de origen, convirtiéndose en figuras de renombre internacional. Por ejemplo, estrellas deportivas como Cristiano Ronaldo y LeBron James no solo son conocidos por sus habilidades en el campo de juego, sino también por su presencia en las redes sociales, donde tienen millones de seguidores que interactúan con sus publicaciones diarias, tal como afirma Kowalski (2021). Esta globalización del alcance de los deportistas ha creado oportunidades significativas para el marketing y los patrocinios, ya que las marcas buscan asociarse con figuras que pueden influir en audiencias masivas a nivel mundial.

Las redes sociales también han democratizado el acceso a la información y el contenido

deportivo. Antes de la era digital, los fanáticos dependían de los medios tradicionales para obtener noticias y actualizaciones sobre sus equipos y atletas favoritos. Hoy en día, los seguidores pueden obtener información directamente de las fuentes, a menudo en tiempo real (Karimi et al., 2014). Esto no solo aumenta la transparencia, sino que también permite a los fanáticos sentirse más conectados e informados. Los atletas pueden compartir sus pensamientos y emociones inmediatamente después de un evento, ofreciendo una perspectiva más íntima y auténtica que la proporcionada por los medios tradicionales. Esta conexión directa ayuda a construir una relación más sólida y leal entre los deportistas y sus seguidores.

Además, las redes sociales han dado lugar a nuevas formas de narración y creación de contenido en el deporte. Plataformas como Instagram y YouTube permiten a los atletas y equipos producir y distribuir contenido visual atractivo, desde videos de entrenamientos y tutoriales hasta documentales personales y detrás de cámaras. Este tipo de contenido no solo entretiene, sino que también educa e inspira a los seguidores. Los deportistas pueden mostrar el trabajo duro y la dedicación que se requiere para alcanzar el éxito, motivando a las futuras generaciones de atletas. Asimismo, las historias personales y los momentos de vulnerabilidad compartidos en redes sociales humanizan a los atletas, presentándolos no solo como figuras de éxito, sino también como personas con desafíos y emociones, lo que fortalece aún más la conexión con sus seguidores. La importancia de la comunicación en las redes sociales también se extiende a la gestión de la reputación y la imagen pública de los deportistas. En el pasado, la percepción pública de un atleta estaba en gran medida controlada por los medios de comunicación y los periodistas. Hoy, los deportistas tienen el poder de controlar su propia narrativa, respondiendo directamente a rumores, aclarando malentendidos y compartiendo sus propias versiones de los eventos, según Benthous (2016). Esto es especialmente crucial en momentos de crisis o controversia, donde una respuesta rápida y bien gestionada en las redes sociales puede mitigar el daño a la reputación y recuperar la confianza de los seguidores.

La reputación de los deportistas es un activo invaluable que trasciende su desempeño en el campo de juego. En la era digital, donde la información se propaga a una velocidad sin precedentes y las percepciones públicas pueden cambiar en un instante, mantener una reputación positiva es crucial para el éxito y la longevidad de la carrera de un atleta. La reputación no solo afecta la percepción de los fanáticos y seguidores, sino que también influye en las oportunidades de patrocinio, la relación con los medios de comunicación y la capacidad de un deportista para convertirse en un modelo a seguir. Uno de los aspectos más significativos de la reputación de un deportista es su impacto en las relaciones con los patrocinadores y las marcas. Los



patrocinadores invierten grandes sumas de dinero en deportistas para que estos representen sus productos y servicios, confiando en que la imagen pública del atleta fortalecerá la marca. Una reputación positiva puede atraer contratos lucrativos y asociaciones a largo plazo, mientras que una reputación manchada puede resultar en la pérdida de patrocinadores y oportunidades comerciales. Por otro lado, una reputación manchada puede llevar mucho tiempo en ser reconstruida, afirma Johnson (2011).

La reputación de un deportista también desempeña un papel crucial en su relación con los medios de comunicación. Los medios son un conducto vital entre los atletas y el público, y una buena relación con los medios puede ayudar a garantizar una cobertura favorable y una narrativa positiva. Los deportistas con una reputación sólida son vistos como confiables y accesibles, lo que facilita la interacción con los periodistas y la promoción de su imagen. En contraste, aquellos con una reputación cuestionable pueden enfrentarse a una cobertura más crítica y negativa, lo que puede perjudicar su imagen pública y profesional. La capacidad de gestionar eficazmente las relaciones con los medios y mantener una reputación positiva es, por lo tanto, esencial para cualquier deportista que desee tener una carrera duradera y exitosa (Akranglyte et al., 2019). Además, la reputación influye significativamente en la percepción de los fanáticos y la base de seguidores de un deportista. Los fanáticos buscan conectar con atletas que representan valores como la integridad, la dedicación y la deportividad. Una reputación positiva no solo atrae a más seguidores, sino que también fomenta una lealtad duradera. Los seguidores tienden a defender y apoyar a los deportistas en los buenos y malos momentos si perciben que estos poseen una reputación sólida y auténtica. Por el contrario, los comportamientos controvertidos o poco éticos pueden alienar a los fanáticos y dañar la relación que un deportista ha construido con su audiencia. La confianza y el respeto son fundamentales en esta dinámica, y una reputación positiva es clave para mantener estos elementos.

La reputación también tiene un impacto profundo en el legado de un deportista. Más allá de sus logros en el campo de juego, los deportistas son recordados por su carácter y su contribución a la sociedad. Aquellos que mantienen una reputación intachable a menudo son vistos como modelos a seguir, inspirando a las futuras generaciones tanto dentro como fuera del ámbito deportivo. La capacidad de influir positivamente en la juventud y en la comunidad es un aspecto importante del legado de un atleta, y una reputación sólida es fundamental para ejercer esta influencia. En la era digital, donde la vida personal y profesional de los deportistas está bajo constante escrutinio, gestionar la reputación se ha vuelto más complejo y desafiante. Las redes sociales juegan un papel dual en este aspecto, ya que ofrecen una plataforma para construir y fortalecer la

reputación, pero también pueden amplificar los errores y las controversias. Los deportistas deben ser conscientes de su comportamiento tanto en línea como fuera de línea, ya que cualquier acción puede ser observada, juzgada y difundida rápidamente. Un caso notable donde el comportamiento digital afectó directamente a la trayectoria profesional de un deportista se puede observar justo en la época de confinamiento del COVID-19. Kyle Larson fue suspendido de manera indefinida por su equipo en la NASCAR debido al uso de palabras malsonantes de carácter racial en una carrera digital, tal como sostiene Bengel (2020).

La autenticidad y la consistencia son claves para mantener una reputación positiva en este entorno.

### **2.1.2. Impacto de las redes sociales en la identidad nacional y repercusión mediática**

La marca Eslovenia se ha consolidado en los últimos años como una identidad nacional robusta y dinámica, en gran parte gracias al uso estratégico de las redes sociales. Este país europeo, pequeño en tamaño pero grande en aspiraciones, ha encontrado en plataformas como Instagram, X y Facebook, herramientas poderosas para proyectar su imagen y consolidar su identidad cultural y deportiva en el escenario internacional. Las redes sociales han permitido a Eslovenia mostrar su rica herencia cultural, sus paisajes impresionantes y sus talentos emergentes en diversos campos, especialmente en el deporte. Este fenómeno no solo ha fortalecido el sentido de orgullo nacional entre los eslovenos, sino que también ha incrementado la visibilidad del país en la arena global.

En este contexto, deportistas de renombre como Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak juegan un papel crucial. Estos deportistas no solo son figuras destacadas en sus respectivas disciplinas, sino que también actúan como embajadores de la marca Eslovenia. A través de sus cuentas de redes sociales, comparten no solo sus logros deportivos, sino también aspectos de la cultura y vida eslovena. Por ejemplo, Tadej Pogacar, con sus publicaciones sobre ciclismo y sus paisajes entrenando en Eslovenia, ayuda a posicionar al país como un destino ideal para el ciclismo y el turismo de aventura. Luka Doncic, a través de sus éxitos en la NBA, lleva el nombre de Eslovenia a millones de fanáticos del baloncesto en todo el mundo, al mismo tiempo que comparte momentos personales y culturales que refuerzan la identidad eslovena. Jan Oblak, con su presencia en el fútbol europeo, añade una dimensión de profesionalismo y excelencia que refleja positivamente en la percepción global del país.

Las redes sociales también han sido fundamentales en la repercusión mediática de Eslovenia. La

cobertura mediática tradicional ha evolucionado significativamente con la digitalización y la inmediatez de las redes sociales (I feel Slovenia, 2024). Las noticias sobre los éxitos de Pogacar, Doncic y Oblak no solo se difunden a través de medios convencionales, sino que se amplifican exponencialmente en las redes, llegando a audiencias más amplias y diversas. Este tipo de visibilidad mediática no solo se traduce en una mayor apreciación de los talentos individuales, sino que también fortalece la percepción de Eslovenia como una nación que produce atletas de clase mundial. Cada mención, cada compartido y cada 'me gusta' contribuyen a construir una narrativa positiva y atractiva sobre el país. Además, la interacción directa de estos deportistas con sus seguidores crea una conexión más personal y auténtica, que refuerza la identidad nacional. Las redes sociales permiten a los seguidores sentirse parte del viaje de estos atletas, celebrando sus triunfos y apoyándolos en sus desafíos. Esta relación simbiótica no solo beneficia a los deportistas en términos de apoyo emocional y moral, sino que también fortalece el tejido social y el sentido de comunidad dentro del país. Los seguidores se convierten en embajadores de la marca Eslovenia, propagando una imagen positiva y cohesionada del país.

### **2.1.3. Mejores prácticas en la gestión de redes sociales**

La gestión efectiva de redes sociales es crucial para los deportistas en la era digital, donde la visibilidad y la interacción con los seguidores pueden influir significativamente en su carrera y reputación. Implementar las mejores prácticas en la gestión de estas plataformas no solo ayuda a maximizar el alcance y el impacto, sino que también contribuye a construir una relación sólida y auténtica con la audiencia. Aquí se detallan algunas de las mejores prácticas esenciales para la gestión de redes sociales por parte de los deportistas.

Una de las mejores prácticas fundamentales es la autenticidad. Los seguidores valoran la sinceridad y la genuinidad en las publicaciones de sus ídolos. Mostrar la verdadera personalidad, compartir momentos de la vida cotidiana y ser honesto acerca de los desafíos y triunfos crea una conexión más profunda y auténtica con los seguidores (Aamir et al., 2024). Esta autenticidad ayuda a humanizar al deportista, permitiendo que los seguidores vean más allá del atleta y conecten con la persona detrás de la figura pública. Deportistas como Rafael Nadal y Simone Biles son ejemplos de cómo la autenticidad en las redes sociales puede fortalecer la relación con los fanáticos, al compartir no solo sus logros deportivos sino también sus reflexiones personales y momentos de vulnerabilidad. Lo contrario a la autenticidad se produce cuando las redes sociales acaban siendo instrumentalizadas como una herramienta para publicitar las marcas relacionadas con los deportistas. Puede tener este uso, pero nunca se debe perder el foco en el

personalismo de los deportistas.

Otra práctica crucial es la consistencia en la publicación de contenido. Mantener una presencia activa y regular en las redes sociales es vital para mantener el interés y la interacción de los seguidores, según Kent & Li (2020). Sin embargo, la consistencia no solo se refiere a la frecuencia de las publicaciones, sino también a la coherencia en el tipo de contenido compartido. Desarrollar una estrategia de contenido que incluya una mezcla de actualizaciones profesionales, entrenamientos, vida personal y eventos especiales puede mantener a la audiencia comprometida y ansiosa por más. Un calendario de contenido bien planificado ayuda a asegurar que siempre haya algo nuevo y relevante para compartir, evitando largos periodos de inactividad que puedan resultar en una pérdida de interés.

La interacción con los seguidores es otra práctica esencial. Responder a comentarios, participar en conversaciones y mostrar aprecio por el apoyo de los seguidores ayuda a fortalecer la comunidad en torno al deportista. Las redes sociales son una plataforma bidireccional, y aprovechar esta característica para interactuar de manera significativa con los seguidores puede fomentar un sentido de lealtad y pertenencia. Por ejemplo, realizar sesiones de preguntas y respuestas en vivo, agradecer públicamente a los seguidores por su apoyo y compartir contenido generado por los fanáticos son formas efectivas de aumentar la interacción y construir una relación más cercana con la audiencia (Heavey et al., 2020). La calidad del contenido es igualmente importante. En la era de la alta definición y el contenido visualmente atractivo, asegurarse de que las fotos, videos y gráficos sean de alta calidad puede marcar una gran diferencia en cómo se perciben las publicaciones. Utilizar herramientas y aplicaciones que mejoren la calidad visual, así como considerar la contratación de profesionales para ciertos tipos de contenido, puede elevar la presencia en redes sociales. Además, el contenido debe ser relevante y significativo, ofreciendo valor a los seguidores ya sea a través de información útil, entretenimiento o inspiración.

Contar una historia convincente es una práctica avanzada en la gestión de redes sociales. Más allá de las publicaciones individuales, los deportistas pueden utilizar sus plataformas para narrar una historia continua que involucre a los seguidores en su viaje. Esto puede incluir la preparación para una competencia importante, la recuperación de una lesión, o el día a día de su vida fuera del deporte. Las historias bien narradas no solo mantienen a los seguidores comprometidos, sino que también pueden atraer a nuevos seguidores que se sienten inspirados o interesados en la narrativa presentada. La estructura narrativa ayuda a dar contexto a las

publicaciones y permite a los seguidores sentirse parte del viaje del deportista (Kent & Li, 2020).

Además de las mejores prácticas mencionadas, una idea crucial en la gestión de redes sociales es la importancia de la analítica y la medición de resultados. Para maximizar la efectividad de la presencia en redes sociales, es fundamental que los deportistas y sus equipos monitoreen y analicen continuamente el rendimiento de sus publicaciones y campañas, (Hou et al., 2020). Utilizar herramientas de analítica permite comprender qué tipo de contenido resuena más con la audiencia, identificar las mejores horas para publicar, y medir el impacto de las interacciones y el crecimiento de la base de seguidores. Estas métricas proporcionan información valiosa que puede informar y ajustar la estrategia de contenido para lograr mejores resultados. Al analizar los datos, los deportistas pueden optimizar sus esfuerzos de comunicación, asegurando que cada publicación no solo alcance a la mayor cantidad de personas posible, sino que también fomente un compromiso genuino y significativo. En un entorno digital donde las tendencias y las preferencias de los seguidores pueden cambiar rápidamente, la capacidad de adaptarse y responder basándose en datos concretos es esencial para mantener una presencia relevante y efectiva en las redes sociales.

## **2.2. Marco Contextual**

### **2.2.1. Presentación de los deportistas**

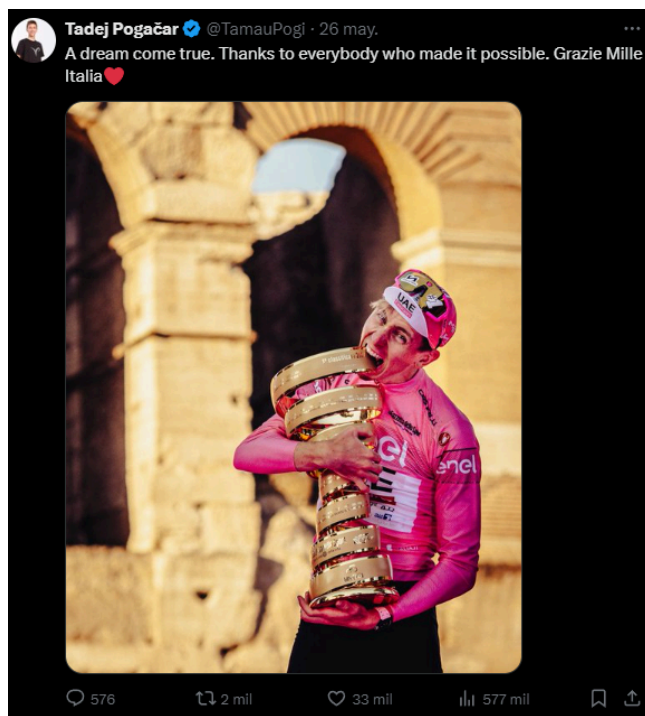
La elección de Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak como sujetos de estudio en este trabajo se fundamenta en su excepcional contribución al panorama deportivo internacional y su notable influencia en la percepción global de Eslovenia. Estos tres deportistas no solo han alcanzado el éxito en sus respectivas disciplinas deportivas, sino que también han capturado la atención mundial a través de las redes sociales.

#### Tadej Pogacar

Tadej Pogacar es un ciclista profesional nacido el 21 de septiembre de 1998 en Komenda, localidad situada cerca de la capital (Comité olímpico internacional, 2020). A los nueve años comenzó a andar en bicicleta formándose en varios clubes de Liubliana. En el 2019, dio el salto al campo profesional con el equipo UAE Team Emirates, ese mismo año se convirtió en el corredor más joven en ganar una carrera UCI World Tour. La sensación eslovena alcanzó renombre mundial tras conseguir ganar el Tour de Francia durante dos años consecutivos (2020 y 2021). Además, con tan solo 25 años ha logrado el triunfo de cuatro de las cinco clásicas más importantes y la general del Giro de Italia este mismo curso.

Pogacar, uno de los ciclistas más destacados de la actualidad, ha sabido utilizar las redes sociales de manera efectiva para fortalecer su imagen y conectar con sus seguidores. Su presencia en plataformas como Instagram y X es notable por la autenticidad y cercanía que transmite. Pogacar utiliza Instagram para compartir momentos clave de su carrera, incluyendo victorias en competiciones importantes como el Tour de Francia, así como aspectos más personales de su vida diaria y entrenamientos. Esta combinación de contenido profesional y personal permite a sus seguidores ver no solo al atleta de élite, sino también a la persona detrás de los logros, lo que humaniza su imagen y fortalece la conexión emocional con su audiencia. En la imagen 1 se presenta su publicación en X (Twitter) más reciente.

### Imagen 1. - Celebración de la victoria del Giro d'Italia



Fuente: X (2024)

En X, Pogacar mantiene una interacción constante con sus seguidores y otros miembros de la comunidad ciclista. Esta plataforma le permite participar en conversaciones relevantes sobre el ciclismo, comentar sobre eventos en tiempo real y agradecer el apoyo de sus fans. Además, utiliza X para expresar sus opiniones y emociones de manera inmediata, lo que añade una capa de transparencia a su presencia digital. La estrategia de Pogacar en las redes sociales refleja una comprensión clara de la importancia de la autenticidad y la interacción directa con los seguidores, lo que ha contribuido a consolidar su popularidad y a crear una base de fans leal y

comprometida. La publicación mostrada en la figura 1 representa un ejemplo de un buen uso de las redes sociales: la celebración de éxitos deportivos.

### Luka Doncic

Luka Doncic es un jugador de baloncesto profesional nacido el 28 de febrero de 1999 en Liubliana (Ekorna, 2019). A sus trece años despertó el interés del Real Madrid tras conseguir brillar en las ligas juveniles del país. Tres años después se convirtió en el jugador más joven en debutar con el primer equipo y convertirse en la gran promesa eslovena. Durante sus cinco temporadas en el Real Madrid, Luka fue jugador clave en el equipo para conseguir ganar tres Ligas, dos Copas del Rey, una Euroliga y una Copa Intercontinental. Tras finalizar su contrato con el conjunto español, comenzó su andadura en la NBA en los Dallas Mavericks. Con 25 años, el esloveno ha logrado convertirse en uno de los mejores jugadores del mundo consiguiendo estar cuatro veces en el All-Star de la liga de baloncesto más importante. Además, se convirtió en el héroe de Eslovenia tras llevar a la selección a conseguir la victoria en el EuroBasket de 2017 y a su vez, lograr el primer triunfo del país en una competición internacional.

Doncic tiene una presencia activa y vibrante en plataformas como Instagram, X y TikTok, donde comparte una amplia gama de contenido que incluye momentos destacados de sus partidos, entrenamientos, colaboraciones con marcas y aspectos personales de su vida. En Instagram, su contenido visual atrae a millones de seguidores, quienes disfrutan de las fotos y videos de sus jugadas espectaculares, así como de su vida fuera de las canchas. Las historias de Instagram de Doncic son especialmente populares, proporcionando actualizaciones rápidas y frecuentes que mantienen a sus seguidores informados y entretenidos. En la imagen 2 se presenta un ejemplo reciente de una publicación suya en X.

#### **Imagen 2. - Publicación en X de Luka Doncic celebrando el título de su antiguo equipo**



Fuente: X (2023)

En X, Doncic interactúa con sus seguidores y otros jugadores de la NBA, participando en debates y mostrando su personalidad jocosa y accesible. Esta plataforma también le permite responder rápidamente a las noticias y eventos actuales, manteniéndose relevante en la conversación pública. Su habilidad para combinar contenido entretenido con interacciones auténticas ha hecho que su presencia en redes sociales sea muy efectiva, no solo en términos de alcance, sino también en la creación de una imagen pública positiva y atractiva. Un claro ejemplo de esto último se puede observar en la figura 2. La estrategia de Doncic en las redes sociales demuestra un equilibrio perfecto entre profesionalismo y accesibilidad, lo que le permite conectar profundamente con su audiencia global.

### Jan Oblak

Jan Oblak es un jugador de fútbol profesional nacido el 7 de enero de 1993 en Skofja Loka (Ekorna, 2019). A sus diez años emigró a Liubliana para jugar en varios clubes de la capital. Su gran éxito nacional llegó el año 2010 tras ser el protagonista del ascenso del Olimpija Ljubljana a la Primera Liga de Eslovenia. Al año siguiente comenzó a dispararse su carrera internacional jugando en diferentes equipos portugueses en calidad de cedido por el SL Benfica. Su carrera como portero comenzó a brillar tras fichar por el Atlético de Madrid en el año 2014. A día de hoy, el jugador ha completado un total de 14 temporadas en el equipo rojiblanco. En su etapa como futbolista ha conseguido grandes premios individuales como: ganar cinco Trofeos Zamora en La Liga española, ser el mejor futbolista esloveno del año en cinco ocasiones, mejor jugador de La Liga en el 2021 y ser nominado al trofeo The Best al mejor portero del mundo en el 2020. En la figura 3 se puede ver una de sus publicaciones más recientes en Instagram.



### Imagen 3. - Publicación relacionada con la participación de Eslovenia en la Eurocopa de 2024



Fuente: Instagram (2024)

Jan Oblak, reconocido como uno de los mejores porteros de fútbol del mundo, ha utilizado las redes sociales para proyectar una imagen de profesionalismo y dedicación. A través de sus cuentas de Instagram y X, Oblak comparte contenido relacionado con sus actuaciones en el Atlético de Madrid y la selección nacional de Eslovenia, así como momentos más personales que revelan su carácter y estilo de vida. En Instagram, sus publicaciones suelen incluir fotos y videos de entrenamientos, partidos y momentos de camaradería con sus compañeros de equipo, lo que ofrece a sus seguidores una visión completa de su vida como deportista profesional. Estas publicaciones no solo muestran su compromiso con el fútbol, sino también su relación cercana con el equipo y la comunidad de seguidores. Actualmente, la cuenta de Oblak de X (Twitter) está abandonada, no recibiendo una publicación desde el año 2021. Sin embargo, su presencia en otras redes sociales como Instagram continúa siendo activa.

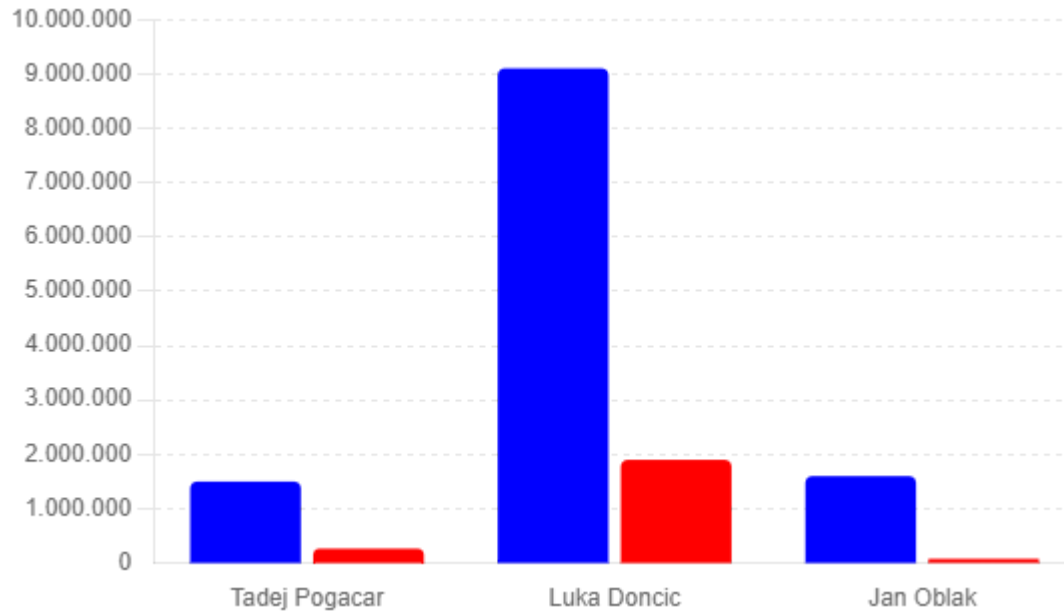
### 2.2.2. Presencia en redes sociales

Actualmente, estos tres deportistas no solo comparten entre sí su éxito deportivo, sino que también destacan con su presencia en redes sociales. Todos ellos cuentan con un elevado número de seguidores en plataformas como Instagram, X o Facebook. Su habilidad para manejar eficazmente estas plataformas ha sido un factor clave en su creciente popularidad fuera del ámbito deportivo.

Estudios como los de Billings y Hardin (2014) destacan que las redes sociales no solo son un medio para compartir logros deportivos, sino también una herramienta poderosa para la creación de una marca personal auténtica y atractiva. Los deportistas pueden utilizar estas plataformas para responder preguntas, compartir entrenamientos, y ofrecer una mirada exclusiva a su vida cotidiana, lo que fortalece la lealtad de los seguidores y atrae nuevas oportunidades comerciales y de patrocinio. En la tabla 1 y la figura 4 se presentan los datos de seguidores de Tadej, Luka y Jan.

**Tabla 1.** Seguidores actuales (2024) en redes sociales.

<b>Deportista</b>	<b>Instagram</b>	<b>X (Twitter)</b>
Tadej Pogacar	1.500.000 seguidores	265. 500 seguidores
Luka Doncic	9.100.000 seguidores	1.900.000 seguidores
Jan Oblak	1.600.000 seguidores	77.600 seguidores



### 3. Metodología

La metodología de esta investigación se centrará en un análisis cuantitativo y comparativo de las estrategias de comunicación en redes sociales de los deportistas eslovenos Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak durante el año 2023. Esta sección describe en detalle las técnicas y enfoques utilizados para llevar a cabo este estudio, con el fin de evaluar el impacto de sus estrategias de redes sociales y ofrecer recomendaciones de mejora.

#### 3.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido se realizará a través de una recopilación exhaustiva de las publicaciones de Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak en sus perfiles de Instagram y X durante el último año. Los datos recopilados se categorizarán para evaluar el tipo y la frecuencia de contenido publicado.

#### Ficha de contenido

Variable	Categorías	Definición
Número de publicaciones / tweets		Publicaciones totales de cada deportista en en ambas plataformas

Contenido	Profesional / Deportivo	Publicaciones relacionadas con su carrera profesional (eventos deportivos, entrenamientos y logros)
	Personal	Publicaciones relacionadas con la vida personal del deportista
	Promociones / Patrocinios	Publicaciones relacionadas con promociones de productos o patrocinios
	Educativo	Publicaciones relacionadas con información educativa o consejos
	Eventos / Apariciones públicas	Se identificarán las publicaciones que documentan apariciones públicas / eventos
Relación con Eslovenia		Se evaluará el porcentaje de publicaciones relacionadas con Eslovenia
Idioma utilizado	Inglés / Esloveno / Español	Se registrarán los idiomas utilizados en las publicaciones para entender mejor el alcance y la audiencia

### 3.2. Instrumentos utilizados para la obtención de datos

Para la recopilación y análisis de los datos, se utilizarán varias herramientas de analítica de redes sociales. Entre estas se incluyen Hootsuite, Sprout Social y Socialbakers, que permiten extraer métricas detalladas sobre el rendimiento de las publicaciones, el crecimiento de seguidores y la interacción con la audiencia. Además, se empleará el análisis de sentimiento mediante software de procesamiento de lenguaje natural (NLP) para evaluar la percepción general del público sobre las publicaciones de cada deportista. Estas herramientas proporcionarán tanto datos cuantitativos como cualitativos para una comprensión completa del impacto de sus estrategias de comunicación.

Para contextualizar los resultados, se realizará una comparación con las estrategias de comunicación en redes sociales de otros deportistas de élite en disciplinas similares. Se seleccionarán ciclistas, jugadores de baloncesto y porteros de fútbol de renombre mundial. Los criterios de comparación incluirán la frecuencia de publicaciones, el tipo de contenido, el nivel de interacción y el impacto en la percepción pública. Esta comparación permitirá identificar mejores prácticas y destacar las diferencias en la gestión de redes sociales entre los deportistas eslovenos y sus homólogos internacionales.

## 4. Resultados

### 4.1. Principales resultados

#### Tadej Pogacar

El análisis de las cuentas de Instagram y X de Tadej Pogacar proporciona una visión detallada de cómo el ciclista gestiona su presencia en redes sociales y qué tipo de contenido prefiere compartir con su audiencia (Tabla 2).

**Tabla 2.** Resultados Tadej Pogacar.

Categoría	Instagram	X
Nombre de la cuenta	tadejpogacar	@TamauPogi
Número de publicaciones / tweets	110 posts	19 tweets
Contenido profesional / deportivo	68	7
Contenido personal	15	1

Promociones /patrocinios	18	6
Contenido educativo /informativo	4	1
Eventos / Apariciones públicas	5	4
Relacionados con Eslovenia	20%	50 %
Idioma utilizado	Inglés / Esloveno	Inglés

---

A continuación, se presentan los resultados detallados para cada red social:

### **Instagram**

En Instagram, bajo la cuenta @tadejpogacar, se identificaron un total de 110 publicaciones. Estas se distribuyen en varias categorías clave:

- **Contenido:**

- **Contenido profesional/deportivo:** Con 68 publicaciones, esta categoría representa la mayoría del contenido de Pogacar en Instagram. Estas publicaciones incluyen fotos y videos de sus competiciones, entrenamientos y logros deportivos, destacando su carrera como ciclista de élite.

- **Contenido personal:** Se registraron 15 publicaciones que muestran aspectos de la vida personal de Pogacar. Este contenido incluye momentos con amigos y familiares, así como actividades personales que permiten a los seguidores conocer mejor al deportista fuera del ámbito profesional.

- **Promociones/patrocinios:** Un total de 18 publicaciones están relacionadas con promociones y patrocinios. Estas publicaciones muestran productos o servicios que Pogacar está promoviendo, reflejando sus asociaciones comerciales.

- **Contenido educativo:** Pogacar ha compartido 4 publicaciones con información educativa o

consejos, probablemente relacionados con el ciclismo o el entrenamiento deportivo.

- **Eventos/apariciones públicas:** Se identificaron 5 publicaciones relacionadas con eventos y apariciones públicas, como entrevistas, conferencias y presentaciones.

- **Relación con Eslovenia:** Aproximadamente el 20% de las publicaciones están relacionadas con Eslovenia, mostrando su conexión con su país de origen.
- **Idioma utilizado:** Las publicaciones en Instagram están en inglés y esloveno, lo que permite a Pogacar comunicarse con una audiencia global, así como con sus seguidores eslovenos.

## X (Twitter)

En X, bajo la cuenta @TamauPogi, Tadej Pogacar ha realizado 19 tweets durante el periodo analizado. El desglose del contenido es el siguiente:

- **Contenido**
  - **Contenido profesional/deportivo:** 7 de los tweets están relacionados con su carrera y actividades deportivas, incluidos resultados de carreras, entrenamientos y otros aspectos profesionales.
  - **Contenido personal:** Solo 1 tweet se clasifica como contenido personal, mostrando que Pogacar prefiere mantener su vida personal más privada en esta plataforma.
  - **Promociones/patrocinios:** Hay 6 tweets que promueven productos o servicios, reflejando sus acuerdos de patrocinio.
  - **Contenido educativo/informativo:** 1 tweet tiene un propósito educativo o informativo.
- **Eventos/apariciones públicas:** 4 tweets se relacionan con eventos y apariciones públicas, destacando su participación en actividades fuera de las competiciones.
- **Relación con Eslovenia:** En X, el 50% de los tweets están relacionados con Eslovenia, lo que indica un mayor énfasis en su conexión con el país en comparación con Instagram.
- **Idioma utilizado:** Pogacar utiliza principalmente el inglés en sus tweets, facilitando la comunicación con una audiencia internacional.

Estos resultados revelan que Tadej Pogacar utiliza Instagram para compartir una mayor variedad de contenido, mezclando aspectos profesionales y personales, mientras que en X se enfoca más

en actualizaciones profesionales y su conexión con Eslovenia. La diferencia en el tipo de contenido y el idioma utilizado en ambas plataformas demuestra una estrategia adaptada a las características y audiencias de cada red social.

### **Luka Doncic**

El análisis de las cuentas de Instagram y X de Luka Doncic proporciona una visión clara de cómo el jugador de la NBA maneja su presencia en estas plataformas y el tipo de contenido que comparte con su audiencia (Tabla 3).

**Tabla 3.** Resultados Luka Doncic.

<b>Categoría</b>	<b>Instagram</b>	<b>X (Twitter)</b>
Nombre de la cuenta	lukadoncic	luka7doncic
Número de publicaciones / tweets	41	79
Contenido profesional / deportivo	23	35
Contenido personal	2	6
Promociones /patrocinios	13	28
Contenido educativo /informativo	2	3
Eventos / Apariciones públicas	1	7



Relacionados con Eslovenia	30 %	45%
Idioma utilizado	Inglés	Inglés / Español / Esloveno

---

A continuación, se presentan los resultados detallados para cada red social:

### Instagram

En Instagram, bajo la cuenta @lukadoncic, se registraron un total de 41 publicaciones. Estas se distribuyen en las siguientes categorías:

- **Contenido**

- **Contenido profesional/deportivo:** Con 23 publicaciones, esta categoría representa más de la mitad del contenido de Doncic en Instagram. Incluye fotos y videos de partidos, entrenamientos y otros eventos deportivos, mostrando su desempeño y logros en la NBA.

- **Contenido personal:** Solo 2 publicaciones son de carácter personal, lo que sugiere que Doncic mantiene un perfil bastante profesional en esta plataforma, limitando la exposición de su vida privada.

- **Promociones/patrocinios:** 13 publicaciones están dedicadas a promociones y patrocinios, lo que refleja sus acuerdos comerciales y colaboraciones con diversas marcas.

- **Contenido educativo/informativo:** Existen 2 publicaciones que proporcionan información educativa o consejos, posiblemente relacionados con el baloncesto o el entrenamiento físico.

- **Eventos/apariciones públicas:** Se identificó 1 publicación relacionada con eventos y apariciones públicas, como entrevistas o participaciones en conferencias.

- **Relación con Eslovenia:** El 30% de las publicaciones están relacionadas con Eslovenia, destacando su conexión con su país de origen.
- **Idioma utilizado:** Todas las publicaciones en Instagram están en inglés, lo que permite a Doncic comunicarse efectivamente con una audiencia global.

## X (Twitter)

En X, bajo la cuenta @luka7doncic, se registraron un total de 79 tweets durante el periodo analizado. El desglose del contenido es el siguiente:

- **Contenido**

- **Contenido profesional/deportivo:** 35 tweets están relacionados con su carrera y actividades deportivas, incluyendo resultados de partidos, entrenamientos y otros aspectos profesionales.

- **Contenido personal:** 6 tweets son de carácter personal, mostrando algo más de su vida fuera del ámbito deportivo en comparación con Instagram.

- **Promociones/patrocinios:** Con 28 tweets dedicados a promociones y patrocinios, esta categoría es bastante prominente en su perfil de X, reflejando sus numerosas colaboraciones comerciales.

- **Contenido educativo/informativo:** Se registraron 3 tweets que proporcionan información educativa o consejos.

- **Eventos/apariciones públicas:** 7 tweets están relacionados con eventos y apariciones públicas, mostrando su participación en actividades fuera de la cancha.

- **Relación con Eslovenia:** El 45% de los tweets están relacionados con Eslovenia, lo que indica una mayor frecuencia de contenido relacionado con su país en esta plataforma en comparación con Instagram.

- **Idioma utilizado:** En X, Doncic utiliza inglés, español y esloveno, lo que le permite comunicarse con una audiencia más diversa y alcanzar a seguidores de diferentes regiones y culturas.

Estos resultados muestran que Luka Doncic utiliza Instagram principalmente para destacar su carrera profesional y promociones, manteniendo un perfil más reservado en cuanto a su vida personal. En contraste, su presencia en X es más diversa, con una mayor cantidad de tweets y un

enfoque más amplio que incluye contenido personal y un mayor porcentaje de publicaciones relacionadas con Eslovenia. La variedad de idiomas utilizados en X también refleja su esfuerzo por conectarse con una audiencia global diversa. La diferencia en el tipo de contenido y la frecuencia de publicaciones en cada plataforma demuestra una estrategia bien adaptada a las características y audiencias de Instagram y X.

### **Jan Oblak**

El análisis de la cuenta de Instagram de Jan Oblak y su actividad en X hasta 2022 ofrece una visión clara de cómo el portero del Atlético de Madrid gestiona su presencia en redes sociales (Tabla 4).

**Tabla 4.** Resultados Jan Oblak.

<b>Categoría</b>	<b>Instagram</b>	<b>X (Twitter)</b>
Nombre de la cuenta	oblakjan	Dejó de utilizar X desde 2022
Número de publicaciones / tweets	28	
Contenido profesional / deportivo	17	
Contenido personal	7	
Promociones /patrocinios	3	
Contenido educativo /informativo	0	
Eventos / Apariciones	1	

públicas

Relacionados con Eslovenia 30 %

Idioma utilizado Inglés / Español / Esloveno

---

A continuación, se presentan los resultados detallados para Instagram y la ausencia de actividad reciente en X:

### Instagram

En Instagram, bajo la cuenta @oblakjan, se registraron un total de 28 publicaciones. Estas se distribuyen en las siguientes categorías:

- **Contenido**
  - **Contenido profesional/deportivo:** Con 17 publicaciones, esta categoría representa la mayor parte del contenido de Oblak en Instagram. Incluye fotos y videos de partidos, entrenamientos y otros eventos relacionados con su carrera futbolística. Este tipo de contenido es fundamental para mantener a sus seguidores informados sobre su desempeño y logros en el campo.
  - **Contenido personal:** Se identificaron 7 publicaciones que muestran aspectos de la vida personal de Oblak. Este contenido incluye momentos con amigos y familiares, así como actividades personales, lo que permite a sus seguidores ver una faceta más humana y cercana del deportista.
  - **Promociones/patrocinios:** Hay 3 publicaciones dedicadas a promociones y patrocinios, lo que refleja las asociaciones comerciales de Oblak. Aunque esta categoría es menos prominente, sigue siendo una parte importante de su presencia en redes sociales.
  - **Contenido educativo/informativo:** No se encontraron publicaciones en esta categoría, lo que indica que Oblak no utiliza Instagram para compartir contenido educativo o informativo.
  - **Eventos/apariciones públicas:** Solo 1 publicación está relacionada con eventos y apariciones públicas, como entrevistas o participaciones en conferencias, lo que sugiere una menor exposición en este ámbito.
- **Relación con Eslovenia:** Aproximadamente el 30% de las publicaciones están

relacionadas con Eslovenia, destacando su conexión con su país de origen. Este contenido puede incluir eventos nacionales, referencias culturales o apoyo a causas eslovenas.

- **Idioma utilizado:** Las publicaciones en Instagram están en inglés, español y esloveno, lo que permite a Oblak comunicarse con una audiencia internacional diversa, así como con sus seguidores locales.

## X (Twitter)

Jan Oblak dejó de utilizar X desde 2022, lo que limita el análisis a su actividad pasada en esta plataforma. La ausencia de actividad reciente en X sugiere un cambio en su estrategia de redes sociales, posiblemente enfocándose más en Instagram o prefiriendo mantener una menor presencia en redes sociales. Esto también puede reflejar una preferencia por las plataformas visuales o una decisión personal de reducir su exposición pública en ciertas redes.

## Análisis General

La presencia en redes sociales de Jan Oblak se caracteriza por un enfoque predominantemente profesional en Instagram, con un número significativo de publicaciones relacionadas con su carrera deportiva. La inclusión de contenido personal también es notable, ya que permite a sus seguidores conocer más sobre su vida fuera del fútbol. Sin embargo, la baja frecuencia de publicaciones promocionales y la ausencia de contenido educativo indican una estrategia de redes sociales más centrada en su vida profesional y personal inmediata.

La utilización de múltiples idiomas en sus publicaciones en Instagram muestra un esfuerzo por conectar con una audiencia diversa, abarcando tanto a sus seguidores internacionales como a su base de fans eslovena. Esto es importante para mantener una amplia base de seguidores y fortalecer su marca personal a nivel global.

La decisión de dejar de utilizar X desde 2022 puede ser vista como un intento de centrarse en plataformas donde se siente más cómodo o donde considera que puede tener un mayor impacto. También puede reflejar una estrategia más cuidadosa en la gestión de su imagen pública, eligiendo cuidadosamente dónde y cómo interactuar con sus seguidores.

## 4.2. Comparación con otros deportistas

El análisis de las redes sociales de Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak muestra un uso estratégico y variado de estas plataformas, destacando sus carreras profesionales, aspectos personales y promociones. Al compararlos con otros deportistas eslovenos como Janja Garnbret, Primož Roglič y Tina Maze, se observan tanto similitudes como diferencias en la forma en que utilizan las redes sociales para promover no solo sus carreras, sino también su país de origen.

### **Promoción de la identidad nacional: "I feel Slovenia"**

Una notable similitud entre estos deportistas es el uso del eslogan "I feel Slovenia" en sus historias destacadas de Instagram (I feel Slovenia, 2024). Este eslogan, promovido por la Agencia de Desarrollo de Eslovenia, es utilizado por Janja Garnbret, Primož Roglič y Tina Maze para mostrar videos e imágenes de estaciones de esquí, eventos deportivos, ciudades y promociones culturales y gastronómicas de Eslovenia. Esta práctica resalta el orgullo nacional y ayuda a promover la identidad y el turismo eslovenos a nivel mundial.

Aunque no se menciona explícitamente que Pogacar, Doncic y Oblak utilizan este eslogan en sus redes sociales, la proporción de contenido relacionado con Eslovenia en sus publicaciones sugiere una estrategia similar. Pogacar, por ejemplo, tiene un 20% de sus publicaciones en Instagram y el 50% en X relacionadas con Eslovenia. Doncic muestra un 30% en Instagram y un 45% en X, mientras que Oblak tiene un 30% de su contenido de Instagram relacionado con su país. Este tipo de contenido contribuye a proyectar una imagen positiva y cohesionada de Eslovenia, reforzando la identidad nacional entre sus seguidores.

### **Promociones y patrocinios**

El uso de redes sociales para promociones y patrocinios es prominente entre todos los deportistas. Doncic destaca aquí con 13 de sus 41 publicaciones en Instagram y 28 de sus 79 tweets dedicados a promociones. Pogacar y Oblak también participan en promociones, aunque en menor medida. Esto es similar a Garnbret, Roglič y Maze, quienes también aprovechan sus plataformas para colaboraciones comerciales, utilizando sus perfiles para influir en sus seguidores y promover productos y servicios.

### **Idioma y alcance global**

Un aspecto distintivo es el uso de múltiples idiomas por parte de los deportistas eslovenos para

conectar con una audiencia global. Pogacar y Oblak utilizan inglés y esloveno (Oblak añade español), mientras que Doncic utiliza inglés, español y esloveno. Esto permite a estos deportistas comunicarse efectivamente con una audiencia internacional diversa. Garnbret, Roglic y Maze también emplean múltiples idiomas en sus redes sociales, reflejando la misma estrategia para ampliar su alcance y conectar con seguidores de diferentes regiones y culturas.

### **Diferencias en el uso de plataformas**

Otra diferencia notable es el uso de plataformas específicas. Jan Oblak, por ejemplo, dejó de utilizar X desde 2022, enfocándose en Instagram para su presencia en redes sociales. En contraste, Doncic tiene una presencia activa en ambas plataformas, con un mayor número de tweets en comparación con sus publicaciones en Instagram. Pogacar utiliza ambas plataformas, aunque de manera más equilibrada. Garnbret, Roglic y Maze también muestran variaciones en su uso de plataformas, pero todos mantienen una presencia activa en Instagram, reflejando la importancia de esta plataforma visual para conectar con sus seguidores.

## **5. Conclusiones**

Las conclusiones de este estudio están profundamente interrelacionadas con los conceptos establecidos en el marco teórico, subrayando la importancia crucial de la comunicación y las redes sociales en el deporte moderno. En primer lugar, el marco teórico destaca cómo las redes sociales han revolucionado la manera en que los deportistas se presentan al público y construyen su imagen. Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak son ejemplos ilustrativos de esta transformación. Estos deportistas no solo utilizan plataformas como Instagram y X para compartir sus logros profesionales, sino que también incorporan aspectos personales y promocionales en sus publicaciones. Esta estrategia mixta permite a los atletas mostrar una imagen más completa y auténtica, generando una conexión más profunda con sus seguidores. El marco teórico sugiere que esta autenticidad y cercanía son esenciales para construir una base de seguidores leal y comprometida, y los resultados del estudio confirman que Pogacar, Doncic y Oblak han implementado eficazmente estas prácticas.

La metodología aplicada para analizar las estrategias de comunicación de estos deportistas también valida la teoría sobre la relevancia del contenido variado y de calidad. Según el marco teórico, los seguidores responden positivamente a una mezcla de publicaciones profesionales, personales y promocionales. El análisis de contenido muestra que Pogacar, por ejemplo, tiene un

equilibrio significativo entre estos tipos de publicaciones, con un 68% de contenido profesional, complementado con contenido personal y promocional. Luka Doncic y Jan Oblak también muestran una estrategia similar, aunque con variaciones en la proporción de contenido personal y promocional. Estas prácticas no solo atraen a una audiencia más amplia sino que también mantienen el interés y el compromiso a largo plazo. La teoría sostiene que un contenido variado no solo retiene a los seguidores existentes sino que también atrae a nuevos, ampliando así la base de seguidores y aumentando el alcance de la influencia del deportista.

El impacto de las redes sociales en la identidad nacional y la repercusión mediática también se refleja claramente en las prácticas de estos deportistas. El marco teórico postula que los deportistas pueden actuar como embajadores de su país, utilizando sus plataformas para promover la cultura y los valores nacionales. Pogacar, Doncic y Oblak demuestran este concepto al incorporar el eslogan "I feel Slovenia" en sus publicaciones, destacando su conexión con Eslovenia. Este eslogan, promovido por la Agencia de Desarrollo de Eslovenia, se utiliza para proyectar una imagen positiva del país, subrayando su belleza natural y su cultura única. Los deportistas eslovenos, al incluir contenido relacionado con su país de origen, refuerzan su identidad nacional y contribuyen a la promoción turística y cultural de Eslovenia. El análisis muestra que un porcentaje significativo del contenido de estos deportistas está relacionado con Eslovenia, lo que confirma la teoría de que las redes sociales son una herramienta poderosa para fortalecer la identidad nacional y aumentar la repercusión mediática de un país.

Finalmente, la interacción y el uso de múltiples idiomas, como se observa en los perfiles de estos deportistas, validan la teoría sobre la globalización del deporte y la comunicación. El marco teórico destaca que, en la era digital, los deportistas deben ser capaces de comunicarse con una audiencia global. Pogacar, Doncic y Oblak utilizan varios idiomas en sus publicaciones, lo que les permite conectar con seguidores de diferentes regiones y culturas. Esta práctica no solo amplía su alcance global sino que también demuestra su adaptabilidad y compromiso con una audiencia diversa. La teoría sostiene que la capacidad de interactuar en múltiples idiomas es crucial para maximizar el impacto y la influencia de los deportistas en un entorno globalizado.

Las estrategias de comunicación y el uso de redes sociales por parte de Tadej Pogacar, Luka Doncic y Jan Oblak confirman y ejemplifican los conceptos del marco teórico sobre la importancia de la comunicación digital en el deporte moderno. La autenticidad, la variedad de contenido, la promoción de la identidad nacional y la capacidad de comunicación multilingüe son prácticas fundamentales que estos deportistas han implementado con éxito. Estas estrategias



no solo fortalecen su imagen personal y profesional, sino que también contribuyen significativamente a la promoción de su país, demostrando el poder transformador de las redes sociales en el ámbito deportivo.

## 6. Bibliografía

Aamir, S. M., Sikandar, S. M., Muhideen, S., & Ahmad, I. (2024). Social media users' engagement: Applying network effect theory in participatory platform business in moderating knowledge management decision. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100251.

Akranglyte, G., Andriukaitienė, R., & Bilohur, V. (2019). Formation of character and image of sportsman as a competitive advantage in mass media. *Humanities Studies*, 2 (79), 115-136.

Bengel, C. (2020, abril 13). *Kyle Larson, NASCAR driver, suspended indefinitely for using racial slur during virtual race*. CBSSports.Com.  
<https://www.cbssports.com/nascar/news/kyle-larson-nascar-driver-suspended-for-using-racial-slur-during-virtual-race/>

Benthaus, J., Risius, M., & Beck, R. (2016). Social media management strategies for organizational impression management and their effect on public perception. *The Journal of Strategic Information Systems*, 25(2), 127-139.

Billings, A. C., Hardin, M., & Brown, N. A. (2014). Defining ubiquity: Introduction to the Routledge Handbook of Sport and New Media. En *Routledge handbook of sport and new media* (pp. 1-3). Routledge.  
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203114711-1/defining-ubiquity-andrew-billings-marie-hardin-natalie-brown>

Comité olímpico internacional. (2020). *Tadej Pogačar | Biography, Competitions, Wins and Medals*.. <https://olympics.com/es/atletas/tadej-pogacar>

Ekorna. (2019). *Los deportistas eslovenos que molan el mundo*. Ekorna.  
<https://www.ekorna.net/8-deportistas-eslovenos-que-molan-el-mundo/>

Heavey, C., Simsek, Z., Kyprianou, C., & Risius, M. (2020). How do strategic leaders engage with social media? A theoretical framework for research and practice. *Strategic Management Journal*, 41(8), 1490-1527. <https://doi.org/10.1002/smj.3156>

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513>

Hou, Q., Han, M., & Cai, Z. (2020). Survey on data analysis in social media: A practical application aspect. *Big Data Mining and Analytics*, 3(4), 259-279.

Johnson, A. (2011). *Rebuilding a Professional Athlete's Reputation After a Scandal: Refining Public Relations Techniques*.

<https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1025&context=joursp>

Karimi, F., Ramenzoni, V. C., & Holme, P. (2014). Structural differences between open and direct communication in an online community. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 414, 263-273.

Kent, M. L., & Li, C. (2020). Toward a normative social media theory for public relations. *Public Relations Review*, 46(1), 101857.

Kowalski, S. (2021). Managing the sportsman image on social media. *Journal of Physical Education and Sport*, 21, 1057-1063.

Maderer, D., Parganas, P., & Anagnostopoulos, C. (2018). Brand-image communication through social media: The case of European professional football clubs. *International Journal of Sport Communication*, 11(3), 319-338.

Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport. (2024, mayo 10). *Šport*. Portal GOV.SI.

<https://www.gov.si/podrocja/izobrazevanje-znanost-in-sport/sport/>

(Slovenian Tourist Board, 2024). *Slovenia as a destination for excellent active experiences and sports tourism*. I Feel Slovenia.

<https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/19138-slovenia-as-a-destination-for-excellent-active-experiences-and-sports-tourism>