



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRASNMEDIA : "VIDFIT" TEMAS DE SALUD, EJERCICIOS  
Y VIDA SALUDABLE.

TINOCO VALDIVIEZO ANGIE MISHHELL  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2022



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRASNMEDIA : "VIDFIT" TEMAS DE SALUD,  
EJERCICIOS Y VIDA SALUDABLE.

TINOCO VALDIVIEZO ANGIE MISELL  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2022



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN  
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O  
INTERVENCIÓN

NARRATIVA TRASNMEDIA : "VIDFIT" TEMAS DE SALUD, EJERCICIOS Y VIDA  
SALUDABLE.

TINOCO VALDIVIEZO ANGIE MISHELL  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

MACHALA, 07 DE SEPTIEMBRE DE 2022

MACHALA  
2022

# NARRATIVA TRASNMEDIA : "VIDFIT" TEMAS DE SALUD, EJERCICIOS Y VIDA SALUDABLE.

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

1%

★ Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1 words

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, TINOCO VALDIVIEZO ANGIE MISHHELL, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado NARRATIVA TRASNMEDIA : "VIDFIT"TEMASDESALUD,EJERCICIOSYVIDASALUDABLE.,otorgaala Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamación o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 07 de septiembre de 2022

TINOCO VALDIVIEZO ANGIE MISHHELL  
0707246245

NARRATIVA TRANSMEDIA : "VIDFIT" TEMAS DE SALUD, EJERCICIOS Y VIDA SALUDABLE.

Angie Tinoco Valdiviezo

Agosto 2022

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a mi tía, quien en vida me lleno de momentos hermosos e inolvidables, deseando que desde el cielo sepa que la amo y extraño, esta investigación la realice motivándome en ella, a mi madre, quien siempre me ha apoyado en cuanto ha podido, a mis familiares más cercanos por ser parte de mi vida y a una persona muy especial que siempre me apoyó y ayudó a seguir adelante en varios aspectos de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

La realización de este proyecto ha sido gratificante y me ha permitido expandir mis conocimientos, agradezco a mi madre por ser el pilar fundamental de mi vida, a mi tía por dejarme un legado de amor y por quien continúe realizando este proyecto, a mis familiares y a las personas que siempre estuvieron a mi lado, motivándome a seguir adelante, a los docentes que prestaron su tiempo para ayudarme a finalizar esta etapa de mi vida, a mi tutor que siempre creyó en mi potencial de estudio, puesto que sin el apoyo, motivación y esfuerzo que cada uno de ellos depositaron en mí no hubiese podido llegar a ser quien soy hoy en día, es por eso que quiero expresar mis más sinceros agradecimientos





## RESUMEN

El problema principal que se presenta en el siguiente trabajo se radica en el desconocimiento y falta de interés que tienen las personas por la vida saludable, es por esto que se ha creado algo innovador, una propuesta comunicacional en base a la narrativa transmedia que resulte accesible para las personas que desean iniciar su vida fitness, pero no tienen conocimiento alguno sobre ella. Se han elaborado productos comunicacionales para conectar con la audiencia escogida, lo que hace innovador y llamativo a este proyecto es que su propagación será a través de una narrativa transmedia.

En diferentes partes de las redes sociales, google y demás plataformas existe algún tipo de información o guía sobre la vida fitness, pero ninguno de ellas muestra de manera verídica o sin fines excesivos de lucro la verdadera esencia del fitness, la mayoría de estas páginas buscan generar ganancias engañando a las personas que desconocen sobre cualquier hábito saludable, deslumbrándonos con supuestos resultados obtenidos por dietas extremas o suplementos que prometen lograr los objetivos sin mayor esfuerzo, dañando así al organismo de las personas y generando traumas en base a la mala experiencia que se llevan por confiar en quien solo busca lo económico.

El presente proyecto se basa en la narrativa transmedia, tras realizar una investigación en la cual se ha conocido todos los aspectos que abarca el estilo de vida fitness, analizar porque las personas no poseen interés o las causas por las que no priorizan el bienestar de la salud física y mental, se pudo localizar las técnicas, métodos e instrumentos de investigación para que los productos comunicacionales lleguen a generar interés en las personas acerca del estilo de vida fitness.

Para la ejecución de este proyecto, se realizaron entrevistas a profesionales en diferentes áreas como: psicología clínica, medicina, atletas fitness, expertos en suplementación deportiva. Se realizaron entrevistas a los productores transmedia de la

provincia de El Oro, las cuales sirvieron para crear la narrativa transmedia. También se usó la Observación participativa, la misma que sirvió para analizar el entorno en el que se desarrolla el fitness, en este caso los gimnasios.

Al involucrarse en esta área en la cual se desarrolla el fitness se pudo observar la falta de conocimiento e interés de los entrenadores para con los clientes, se comprendió el por qué muchas personas no optan por la vida fitness, ya que tienen miedo o vergüenza de su apariencia, por otro lado no tienen conocimiento alguno sobre rutinas de ejercicio, mucho menos de cómo se usan algunas máquinas dentro de los gimnasios, es por esto que se ha creado este proyecto, con el fin de brindar un espacio de libre acceso para empezar teniendo los conocimientos básicos sobre todo lo que abarca ser una persona fitness.

La metodología que se aplicó fue de enfoque cualitativo ya que se realizó una recopilación de los productores transmedia de la provincia de El Oro, lo cual permitió construir una propuesta a partir de la investigación que se obtuvo al entrevistar a los especialistas en las áreas correspondientes al fitness y salud general del cuerpo y mente. El alcance de esta investigación es descriptivo porque busca generar interés en la audiencia acerca del fitness por medio de productos comunicacionales.

Se utilizó el diseño de investigación no experimental, ya que no se manipuló la variable más bien se buscó obtener los datos en su forma natural. Se empleó el muestreo no probabilístico, puesto que no se conoce la lista completa de la audiencia, sino todas aquellas personas que están interesadas en el estilo de vida fitness dentro de la provincia de El Oro.

**Palabras clave: narrativa transmedia, fitness, redes sociales, consumidores.**

## **ABSTRACT**

The initial problem that is presented in the following work is the ignorance and lack of interest that people have for healthy living, that is why something innovative has been created, a communicational proposal based on the transmedia narrative that is accessible to people who want to start their fitness life, but do not have any knowledge about it. Communication products have been developed to reach our audience, what makes this project innovative and striking is that its propagation will be through a transmedia narrative.

In different parts of social networks, google and other platforms there is some kind of information or guide about fitness life, but none of them shows truthfully or without excessive profit the true essence of fitness, most of these pages seek to generate profits by deceiving people who do not know about any healthy habit, dazzling us with supposed results obtained by extreme diets or supplements that promise to achieve the objectives without much effort, thus damaging the body of people and generating traumas based on the bad experience that they take by trusting those who only seek the economic.

The present work is directed towards the development of the transmedia narrative, after conducting an investigation in which all the aspects covered by the fitness lifestyle have been known, analyzing why people do not have interest or the causes for which they do not prioritize the well-being of physical and mental health, allowed to characterize the platforms, correct and feasible means for communication products to generate interest in people about the fitness lifestyle.

For the execution of this project, interviews were conducted with professionals in different areas such as: clinical psychology, medicine, fitness athletes, experts in sports

supplementation. Interviews were conducted with transmedia producers in the province of El Oro, which served to create the transmedia narrative. Participatory Observation was also used, which served to analyze the environment in which fitness is developed, in this case gyms, when involved in this area in which fitness is developed, it was possible to observe the lack of knowledge and interest of trainers for clients, it was understood why many people do not opt for fitness life, since they are afraid or ashamed of their appearance, on the other hand they do not have any knowledge about exercise routines, much less how some machines are used within gyms, that is why this project has been created, in order to provide a space of free access to start having the basic knowledge about everything that covers being a fitness person.

A methodology with a qualitative approach was applied since a compilation of transmedia producers in the province of El Oro was carried out, which allowed to build a proposal from the research that was obtained by interviewing specialists in the areas corresponding to fitness and general health of the body and mind. The scope of this research is descriptive because it seeks to generate interest in the audience about fitness through communication products.

The research design is non-experimental, since the variable was not manipulated rather it was sought to obtain the data in its natural form. And it has a non-probabilistic sampling, since the complete list of the audience is not known, but all those people who are interested in the fitness lifestyle within the province of El Oro.

Keywords: transmedia narrative, fitness, social networks, consumers.

RESUMEN	2
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN.	8
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>10</b>
1.2 Planteamiento del problema	12
1.3 Localización del problema y objeto de estudio.	13
1.4 Problemas complementarios	13
1.5 Hechos de interés.	14
1.6 Población y muestra	17
1.7 Objetivos de la investigación	17
Objetivo general.	17
Objetivos específicos	17
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>18</b>
2.1 Concepción teórica del diagnóstico.	18
Estilo de vida fitness	18
2.2 Descripción del ciclo diagnóstico	26
2.3 Instrumentos de recolección de datos	26
2.4 Técnicas e instrumentos para el diagnóstico	26
2.5 Cronograma de actividades y publicaciones.	28
tabla 1 : Actividades	28
2.6 Resultado del diagnóstico	29
tabla 2: Entrevistados	30
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>31</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>31</b>
3.1 Identificación de la intervención	31
3.2 Fundamentación Teórica de la intervención	32
3.2 Objetivo de la Intervención	33
3.3 Planes de intervención	33
Tabla 3: Matriz narrativa	35

<b>Tabla 4: Matriz Actores</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico 1:</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 5: Matriz Elementos y significados</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 2: Pagina de instagram vidfit.ec</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 3: Pagina de facebook vidfit.ec</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 4: Pagina de tiktok vidfit.ec</b>	<b>43</b>
<b>3.4 Propuesta de evaluación y control de la intervención</b>	<b>45</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>47</b>
<b>RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Descripción y contrastación teórica de los objetivos de la intervención.</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 5: Evolución de pagina de facebook</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 6: Pagina de instagram vidfit.ec</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 7: Pagina de tiktok</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 8: Estadísticas de facebook vidfit.ec</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 9: Estadísticas de publicaciones</b>	<b>51</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>52</b>
<b>Recomendaciones.</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS.</b>	<b>60</b>
<b>Anexo 1. Entrevistas virtuales y por vía zoom a profesionales en las diferentes áreas relacionadas al fitness.</b>	<b>60</b>
<b>Anexo. 2 Entrevistas aplicadas</b>	<b>60</b>
<b>Anexo 3</b>	<b>63</b>
<b>Entrevista a Estefania Pesantez.</b>	<b>63</b>
<b>Anexo 4.</b>	<b>66</b>
<b>Entrevista a Jennifer Ramón</b>	<b>66</b>
<b>Anexo 5.</b>	<b>68</b>
<b>Entrevista Andrea Castro.</b>	<b>68</b>
<b>Anexo 4. Fotografías de las entrevistas realizadas.</b>	<b>73</b>
<b>Anexo 5.</b>	<b>75</b>
<b>Grabación de contenido en el gimnasio.</b>	<b>75</b>

## **INTRODUCCIÓN.**

El fitness comprende un estilo de vida saludable en el cual se busca adoptar una alimentación balanceada sin caer en dietas estrictas sacadas de internet o acudir a otros métodos como fármacos recetados por personas que se aprovechan del desconocimiento de quienes desean iniciar una vida fitness pero no tienen los recursos necesarios para pagarle a un profesional de la salud, incluye una variedad de ejercicios que se deben mantener como rutina diaria de la mano de un experto para evitar algún tipo de lesión.

Existen varios factores que influyen en las personas al momento de iniciar su vida fit, uno de ellos es la desinformación, pues al no saber cómo cambiar sus hábitos alimenticios y la rutina diaria en la cual no incluye la actividad física se frustran y no saben a quién acudir por ayuda, la vergüenza sobre la apariencia personal también influye al realizar actividad física; ya que las personas sienten que todas las miradas están sobre ellos en forma de burla y tienen miedo empezar a ejercitarse por el desconocimiento que tienen sobre algunos aparatos situados en los centros de acondicionamiento físico, pues en varias ocasiones dichos establecimientos no cuentan con profesionales que guíen a las personas sobre cómo elaborar una rutina de entrenamiento o cómo se usan los aparatos, por lo cual optan por volver a su vida sedentaria ya que les resulta más cómodo para ellos.

Con la evolución de las redes sociales se han implementado a raíz de la pandemia ocasionada por el covid 19 varias plataformas digitales que brindan servicios acerca de



entrenamientos personalizados, en los cuales se ofrece un paquete entero de oportunidades, las cuales llaman mucho la atención por lo efectivas que simulan ser, el problema es que dichos espacios en muchas ocasiones tienen un elevado costo por adquirirlos, esto desanima a varias personas que desean cambiar su estilo de vida, ya que no poseen los recursos necesarios para invertir en un programa costoso es por esto que acuden a dietas sacadas de internet sin saber las consecuencias de no acudir con alguien que sea conocedor del tema o tenga varios años de experiencia dentro del mundo fitness.

La presente investigación busca generar interés en las personas por medio de una propuesta de narrativa transmedia sobre los diferentes aspectos del mundo fitness, como ejercicios, ideas de alimentos saludables y rutinas acorde a los diferentes grupos musculares, todo esto sin costos excesivos para las personas que desean cambiar sus vidas pero no saben cómo hacerlo, es así que se busca establecer creando una interacción directa con el público y que ellos se identifiquen con el contenido publicados en las páginas oficiales de Vidfit.

# CAPÍTULO I

## CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

### **1.1 Ámbito del estudio: Caracterización.**

El estilo de vida fitness ha ido mal interpretado durante mucho tiempo, ya que se tenía la idealización errónea que las mujeres fitness eran sólo aquellas exponentes de un cuerpo perfecto para los estándares de la sociedad, por otro lado en el sexo masculino se pensaba que para que un hombre sea considerado como fitness debía estar extremadamente definido, con grandes musculos y un abdomen envidiable, en tiempos pasados los exponentes del deporte en algunas ocasiones daban consejos erróneos a las personas sobre lo que es el fitness, invitandolos a seguir dietas extremas y una exhaustiva rutina de entrenamiento señalando que ese era el camino mas rápido y seguro para conseguir la figura fitness perfecta.

En varios comerciales de televisión mostraban modelos muy delgadas al igual que modelos masculinos bastante dotados de músculos y crearon en las personas la idea de que delgadez o musculatura era el objetivo principal al iniciar en la vida del fitness, se crearon estándares elevados de belleza que lo único que lograron fue crear inseguridades en las personas, desconfianza y una idea totalmente equivocada sobre lo que es el fitness. con la evolución de las redes sociales también ha evolucionado la forma en que se percibe el fitness, aunque aún se tienen conceptos equivocados sobre el tema de a poco se ha roto la barrera que se construyó en la mente de las personas y lograr hacer entender a la sociedad que la vida fitness no se simplifica en el concepto de belleza y que cualquier persona que desee puede partir desde cero y llegar a ser alguien fitness.

En su investigación sobre la actividad física y el fitness Avella & Medellín ( 2012) señalan que "En los últimos años la actividad física y el fitness han tenido un amplio desarrollo en los diferentes ámbitos sociales, generando múltiples investigaciones y desarrollando diferentes estrategias para que las mismas sean acogidas por los diferentes sectores sociales, buscando de esta manera la adherencia a diversos programas con el fin de combatir problemas como el sedentarismo" (p.1) .

Debido al desconocimiento sobre el estilo de vida fitness, las ideas erróneas sobre su esencia , las publicidades con enfoques muy lejanos a enseñar lo que es el fitness y demás aspectos negativos han alejado a las personas de la vida saludable y los han empujado al sedentarismo, ya que resulta mas comodo y facil estar todo el dia frente dispositivo tecnológico que realizar al menos 30 minutos de actividad física al día, así como la alimentación, hay quienes caen en la rutina y comen por satisfacción sin pensar en el daño que su alimentación ocasiona al organismo.

La narrativa transmedia es una de las formas más idóneas para narrar historias ya que en base a ella se puede llegar a una amplia audiencia por medio de varias plataformas digitales , así como lo señala Rodríguez(2021) "Hablar de transmedia implica hallarse inmerso en pantallas, libros, música, redes sociales, cine, videojuegos, televisión, entre muchas otras posibilidades, hace necesario reconocer un panorama lector cada vez más extenso" ( párr.1)

Para Camacho & Segarra(2019) "Uno de los ingredientes básicos de la nueva cultura colaborativa es convertir a los miembros de las comunidades en cómplices de la compañía e incentivar así la cocreación de contenidos".(p. 227)

El contar historias a través de una narrativa transmedia permite crear emociones en la audiencia es por esto que para crear una conexión y las personas se sientan identificadas y

atraídas por los productos posteados, generando interés en la audiencia siendo este el objetivo principal de esta investigación

## **1.2 Planteamiento del problema**

El estilo de vida fitness fitness comprende varios aspectos en los cuales se debe tener constancia y conciencia sobre las dificultades que se presentarán en el camino para llegar a ser una persona fit, al no tener conocimiento sobre cómo llevar una vida saludable o cómo empezar a realizar actividad física la mayoría de las personas optan por la comodidad que les ofrece seguir enfrascados en una dieta poco balanceada y estar todo el día sin moverse, les resulta más fácil poner excusas como “el lunes empiezo la dieta” y nunca empezar. Aunque existen varias recetas de comidas para bajar de peso en google rutinas por youtubers y demás referentes al fitness es de gran relevancia entender que cada cuerpo es distinto y se debe ir en función a las necesidades de cada persona, es por esto que al crear un espacio en las plataformas digitales para generar interés y dar orientación verídica sobre el fitness se busca llegar a la audiencia escogida de lo cual se plantea la siguiente interrogante : ¿Es posible generar interés sobre el estilo de **vida Fitness** por medio de una propuesta de narrativa transmedia?

## **1.3 Localización del problema y objeto de estudio.**

La investigación a desarrollar se enfoca en las personas que desean iniciar su estilo de vida fitness, entre ellas personas con obesidad, problemas cardiovasculares, diabéticos, quienes llevan un estilo de vida sedentario y no saben cómo abandonar sus hábitos actuales, personas con problemas de salud mental como estrés, depresión, ansiedad, dismorfia corporal y en general a quienes buscan empezar su vida fitness pero no tienen el interés, conocimiento o iniciativa suficiente para hacerlo.

## 1.4 Problemas complementarios

- ¿Cómo generar una propuesta de narrativa transmedia sobre el estilo de **vida Fitness**?
- ¿Cuál es el proceso de diseño transmedia sobre el estilo de **vida Fitness**?
- ¿Cómo generar interés en la audiencia para que se conviertan en prosumidores y dejen de ser solo consumidores?

## 1.5 Hechos de interés.

- *Percepción de salud en tiempos de pandemia.* El virus ocasionado por el covid 19 cambió por completo la forma en la que se percibe o conoce la vida cotidiana, el confinamiento que se produjo por tiempo indefinido dio un giro completo para quienes daban por sentado varias cosas entre ellas la salud.

“Las repercusiones en cuestiones de salud son múltiples y muy variadas en opinión de las personas en este proceso de adaptación que se ha tenido que incorporar e integrar en las formas de vida de muchas personas, todo un conjunto de hábitos no saludables en el ejercicio, alimentación, en el descanso, en el conjunto de sus rutinas cotidianas que permiten caracterizar el “estilo de vida no saludable” durante el confinamiento por COVID-19.” (HERMANN-ACOSTA & PÉREZ GARCÍAS, 2019, p.4)

El sedentarismo fue una de las consecuencias de la pandemia que se desató a nivel mundial, varias personas optaron por quedarse en casa sin realizar ningún tipo de actividad física, ya que todo se manejaba de forma on line

En cierto tiempo varias personas pensaron que el confinamiento sería momentáneo y todo volvería a lo rutinario luego de un corto tiempo, cuando menos se esperaba muchos ya eran dependientes de lo virtual y cómodo que resultaba no salir de casa.

Como consecuencia de la inactividad física la salud decayó en varios ciudadanos no solo por consecuencia del virus también aumentó considerablemente el sobrepeso y las enfermedades derivadas a este.

En tiempos de pandemia varias personas que tenían un leve sobrepeso dispararon sus niveles de salud, al descuidarse aún más debido al confinamiento y el inminente peligro de contraer el virus del covid, varios de ellos necesitaron ventiladores mecánicos; ya que su condición física era tan mala que no podían soportar los efectos del covid-79. (Ortiz, 2022, p. 8)

- **FITSPO primer evento fitness realizado en la ciudad de Guayaquil.** del 29 al 31 de julio del año 2022 se realizo en la ciudad de Guayaquil 3 días de feria FITSPO, la cual se realizó en el Centro de Convenciones, en el norte de la ciudad, dicha feria consistió en una plataforma en la cual se trataron temas relacionados al fitness, wellness y nutrición.

En esta feria se realizaron varias actividades, una de ellas fue la feria comercial, en ella se presentaron 40 expositores, los cuales compartirán con el público variados productos y servicios referentes al estilo de vida saludable y todo lo relacionado a él.

Dentro del evento se dictaron charlas en la cual participó Ryan Moody, un reconocido personaje dentro del mundo Wellness, el mismo que contó sus inicios en el estilo de vida saludable, clases de zumba por parte de la entrenadora Jovi Acosta quien puso a quemar calorías a varias personas que se dieron cita en el evento.

Para premiar la constancia y dedicación que presentaron los atletas que participaron en diferentes categorías como Crossfit Championships, Media Maratón y Super Sprint se obsequiaron premios en efectivo y medallas para dar conmemoración a su decisión por elegir el mundo fitness.

En pocas ocasiones se dan eventos que promuevan la vida saludable y el fitness, es por esto que esta feria fue todo un éxito, además de reactivar el sector de la salud mostró a las personas que se puede realizar actividad física y comer sano sin aburrirse o tomarlo como un castigo, al contrario es algo apasionante y sobre todo te enseña que hay varias personas luchando y aprendiendo de a poco a ser saludables.

- **Narrativa transmedia “No Amor” casos de feminicidio en la provincia de El Oro.**

Realizada por Jennifer Ramón en el año 2020, tiene como objetivo sensibilizar a las personas sobre los casos de femicidio en la provincia de El Oro por medio de una narrativa transmedia en la cual se muestran diferentes productos comunicacionales para llegar a la audiencia escogida. En su realización se incluye cobertura mediática, debate entre docentes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Machala, entrevistas a diferentes profesionales en los temas que se trataron grupos focales y una extensa investigación.

- **Con Sabor a Cacao:** Es un proyecto que usa la narrativa transmedia para difundir la materia cultural del cacao en la parroquia El Progreso del cantón

Pasaje, a través de productos comunicacionales se mostró una historia por medio de varias plataformas digitales, también se usaron stands, fotografías, concursos y demás actividades que sirvieron para que las personas conectaran con la historia así no hayan visitado las redes sociales, es decir en este proyecto se buscó llegar a las audiencias de forma tradicional y por medio de las redes sociales, invitando a las personas a ser parte de la historia.

## **1.6 Población y muestra**

Se utilizó un muestreo no probabilístico ya que no se conoce la lista completa de la audiencia. El investigador es el encargado de seleccionar en base al diseño de campo que se posee. Se aplicó un muestreo- sujeto, en el cual se comprobó el tipo de contenido que se va a producir, diseñar y las diferentes plataformas que se manejan dentro de la narrativa transmedia. en este caso se utilizarían a las personas que desean iniciar, mejorar o perfeccionar la vida fitness.

## **1.7 Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general.**

- Gestionar una propuesta de narrativa transmedia sobre el estilo de **vida Fitness**.

### Objetivos específicos

- Analizar las plataformas por las cuales se realizará la difusión de la visión que se



tiene sobre la propuesta de narrativa transmedia sobre la **vida Fitness**

- Caracterizar el proceso de diseño transmedia sobre el estilo de vida fitness.
- Establecer la aceptación de la narrativa transmedia en las personas.

## **CAPÍTULO II**

### **2.1 Concepción teórica del diagnóstico.**

#### **Estilo de vida fitness**

La actividad física es una de las bases fundamentales para llevar un estilo de vida saludable, hoy en día existen múltiples maneras de cuidar y conservar la salud entre ellas una correcta alimentación combinada con cualquier tipo de ejercicio que implique la movilidad del cuerpo, desde iniciar la mañana realizando las tareas cotidianas de la vida como tender la cama, barrer o peinarse ameritan un grado de esfuerzo para la persona y aunque no sea muy notorio se está realizando un gasto de calorías ya que el cuerpo se encuentra en movimiento. (Vidarte, 2011, p. 205).

Dentro del fitness se debe tener en cuenta que los centros de entrenamiento deben estar correctamente adecuados para atender las necesidades de cada persona, puesto que cada cuerpo es diferente y se necesita tener un entrenamiento personalizado para cada persona, he aquí la importancia de escoger un buen gimnasio ya que en él se desarrollará parte del proceso para iniciar una vida fitness, todo gimnasio debería tener un entrenador que guíe a las personas en su proceso al igual que el estado de las máquinas y las actividades que se ofrezcan al cliente, (Chávez, 2021, p. 138)

Según Barbosa & Urrea (2018) Los seres humanos han adaptado al sedentarismo como un estilo de vida, debido a los diferentes ámbitos laborales o situaciones personales en los que se desenvuelven, puesto que es más común ver a personas sentadas por muchas horas durante el día en sus puestos de trabajo sin ningún tipo de movilidad que no sea mover sus manos o estirarse de vez en cuando, además que les resulta mucho más cómodo consumir cualquier tipo de comida chatarra con la excusa de que no tienen tiempo o disposición para ingerir alimentos saludables, lo cual afecta significativamente su estado de salud tanto física como mental. ( p. 143)

Llevar una vida sana y optar por el fitness tiene múltiples beneficios. Entre los principales beneficios de llevar una vida sana y realizar actividad física es la disminución del riesgo cardiovascular, disminución de la presión arterial, menos riesgo de padecer diabetes o si ya se padece de alguna enfermedad poder controlarla y combatirla, así como prevenir enfermedades mortales como cualquier tipo de cáncer, además de las enfermedades mentales como la dismorfia corporal, depresión, ansiedad, etc.(Rodríguez, 2020, p.1171)

### **Vida fitness productos comunicacionales.**

El mundo del fitness se vio gravemente afectado en el año 2020 debido a la pandemia ocasionada por el COVID 19, puesto que todos los gimnasios y centros de deporte fueron cerrados de manera indefinida, lo cual incitó aún más a las personas a adaptar el sedentarismo, por otro lado, nació una nueva forma de realizar actividad física desde casa y las tendencias fitness fueron variando de acorde a la situación que se presentó mejorando poco a poco hasta la actualidad.

Entre algunas de las tendencias que se crearon a partir de la necesidad que tienen las personas en realizar actividad física y aquellos que dependen de algún trabajo relacionado con el fitness, surgieron los retos online, clases de zumba vía internet, programas de alimentación para una vida sana, tips sobre como realizar ejercicio con implementos encontrados en los hogares y demás ideas que se crearon para impulsar la movilidad corporal y preservar la salud. (Valcarce, 2021, p 108-113)

### **Narrativa transmedia**

El inicio de la vida de los seres humanos es también el inicio de múltiples relatos, los cuales son transmitidos por medio de diferentes canales de comunicación, anteriormente no se contaba con la tecnología actual y la manera más óptima para dar a conocer las emociones, experiencias o ideas que tienen las personas era por medio del contacto unos a otros. (Hernández, 2020, p 27)

La narrativa transmedia está formada por una historia de la cual por medio de la interacción con la audiencia se despliegan otras a partir de la narración principal, las cuales están exponen sus diferentes puntos de vista sobre un tema en general, esta interacción genera que se expanda el mundo narrativo, es así que Cevallos ( 2018 ) indica que se puede iniciar contando una historia sobre un tema en general y a partir de este se desplieguen más relatos, los cuales no pueden ser transmitidas a través de un solo medio o plataforma y buscan expandirse, pero manteniendo la relación y coherencia en cada medio que se transmita. (p.66-67)

Es un proceso por la cual se relata al público desde varias plataformas digitales la historia de un producto comunicacional, tal como lo relatan Osorio & Moncayo ( 2018) dicho relato mismo que debe tener relación en cada plataforma que se muestre, además busca expandirse en los diferentes canales de distribución e invita a los consumidores a ser parte de

ellos, su objetivo principal es llegar a más audiencias y enganchar al público con los episodios que se muestran a través de las plataformas digitales. p.

La narrativa transmedia puede adaptarse a los diferentes medios, según Rojas & Girón (2018) la narrativa no solo centrarse en el ente principal, es decir puede involucrar agentes externos que tengan relación directa con la historia aunque no sean el tema principal de la misma, creando un contenido extenso y variado.( p 53)

En la narrativa transmedia se pueden contar las historias a través de la lectura, el sonido e hipertextuales, es por esto que tiene mayor apertura a las diferentes plataformas digitales, lo cual permite que la audiencia pueda conectarse con la narración de acuerdo a sus necesidades, además que invita a las personas a ser consumidores y prosumidores al mismo tiempo. (ACOSTA & PÉREZ, 2019, p 2)

### **Diseño narrativo**

Dentro del diseño narrativo se encuentran las características que engloban al ser humano, las cuales son emitidas en forma de una narración, al mismo tiempo se puede analizar una serie de sucesiones y aclarar algún tema que no sea entendible o no tenga coherencia en relación con el resto de la narrativa.

Los medios digitales han revolucionado la forma en cómo nos comunicamos, antiguamente los medios tradicionales como el televisor, la radio, el periódico eran el principal medio por el cual se transmitía la información, por lo cual se producía una comunicación unilateral en la cual el consumidor era tan solo eso, hoy en día se han producido grandes avances en la tecnología, las plataformas por las cuales nos comunicamos son variadas y en ellas se puede crear y compartir contenido. (Durán ,2021,p. 109)

## **Narrativa**

Tal como lo señala Cucho & Carcausto (2021 ) es un género literario por medio del cual se puede contar o narrar las experiencias, sucesos o ideas que tienen las personas sobre temas que conectan entre sí, su finalidad es enganchar al lector con lo que se está exponiendo y generar opiniones sobre la historia que se está dando a conocer.(p 195)

Desde nuestros inicios se usa a la narrativa para contar el proceso de la vida, en ella se involucran variados temas como las experiencias que tiene el ser humanos, desde los primeros sucesos que ocurren en la existencia humana hasta ideas, sueños, hechos reales o ficticios y de más relatos que se van forjando a medida que va pasando el ciclo de la vida, se pueden incluir hechos imaginarios que la persona siempre quiso realizar pero por algún motivo se le imposibilitó, logrando crear una historia en la cual se le permite a la persona expandir su nivel de creatividad. (“Usos De Las Narrativas, Epistemologías Y Metodologías: Aportes Para La Investigación,” 2018, pp 49)

## **Mundos narrativos**

El concepto de mundos narrativos comprende aquellos mundos ficticios elaborados por el autor para construir un relato usando la transmedia, tomando como fuente principal tal como lo expone Bernal (2017) Transforma los escenarios pedagógicos tradicionales en ecosistemas de interacción, participación y co creación, mediados por dispositivos digitales y análogos.(p. 54)

## **Ficción**

La ficción va de la mano con la realidad, puesto que para el narrador es liberador poder contar una serie de sucesos que conformen una historia y usar su capacidad de

fabulación e imaginación para crear escenarios que están fuera de la realidad y que solo se podrán suscitar de forma ficticia, es una forma de salir del estrés que se encuentra en la rutina diaria y poder expresar los sueños más deseados simulando una realidad visualizada en algún momento de la vida. (Valenzuela, 2018, p 245).

### **No ficción**

El relato que se vaya a narrar debe estar lo más cerca a la realidad que se presenta, a diferencia del género ficción en este no se puede usar la imaginación como recurso principal para llegar a los consumidores, pues a pesar que los hechos no se cuenta de formas exacta tampoco se puede alterar la realidad de estos, puesto que su credibilidad estaría siendo nula y por lo tanto los usuario dejaran de consumir dicho contenido ya que ellos buscan la verdad mas no la alteración de la misma. (García, 2021, p.196)

### **Audiencia**

A medida que han evolucionado los medios digitales, también han cambiado las audiencias, puesto que antiguamente se conocía como audiencia a quienes leían un periódico, escuchaban noticias o la sección de farándula en la radio.

Aquellos que consumían la información impartida por los medios tradicionales, hoy en día los seres humanos estamos conectados por una gran red por la cual se pueden crear y transmitir cualquier tipo de contenido, por otra parte, para algunos empezar el día a través de la pantalla de algún dispositivo es indispensable, ya que sus empleos giran en torno a la red, otros simplemente desean conocer a nuevas personas e interactuar con cada uno de ellos desde la comodidad de sus hogares. (Gómez, 2017, p. 14-15)

Se entiende por consumidor a toda persona que haga uso del contenido que se presenta a través de los medios digitales; en un mundo empapado de tecnología es normal

que la mayoría de empresas o marcas ofrezcan sus servicios o productos a través de las redes sociales, ya que estas les permiten expandir su audiencia y por consiguiente impulsarse dentro del mercado. (Suárez,2018, p 209).

Durante mucho tiempo se ha cuestionado si es beneficiosos del todo tener tanto acceso a todo tipo de información a través de la red, ya que a través de las plataformas digitales como facebook, instagram , o twitter se pueden conocer a miles de personas, con las cuales se llega a establecer una conexión y se comparten temas de interés en común, hoy en día se ha mejorado varias de las políticas de seguridad que restringen a menores de edad de dichas plataformas, aunque esto no detiene a algunos menores de edad que igual puedan conectarse desde perfiles falsos, esto gracias a que se han creado varios fandoms en los que los adolescentes, niños y personas en general se involucran creando su propia cultura. (García Núñez, & García Huerta, 15 Febrero 2018, pp 460-461)

Hoy en día la relevancia que tienen algunos famosos en las redes sociales ha causado que se creen grupos en las diferentes plataformas, los cuales crean sus propias cuentas en las que apoyan de manera incondicional a dicha celebridad, consumen su contenido y con base en este crean el suyo, el cual muestra cómo este conjunto de personas con intereses en común idealizan y empoderan a quienes para ellos son la imagen a seguir. ( Durán, 2015, p. 76-77)

Dentro de los fandoms existen variedad de personas que de alguna manera se involucran profundamente no solo con una persona famosa, también se crean vínculos con libros, obras o cualquier actividad cultural por la cual sientan interés y admiración, buscan en las redes sociales familiarizarse con demás consumidores que compartan este fanatismo para poder crear un espacio en donde se comenten, intercambien y recreen su realidad sobre su

ídolo, por el cual muestran una gran admiración y los motiva a mantenerse siempre activos en los medios. (Aller, 2021, p. 26)

Debido al avance inminente de la tecnología y los medios digitales, actualmente los consumidores de contenido tienen la oportunidad de ser prosumidores del mismo, puesto que tienen un espacio abierto en la red por la cual pueden expresar sus ideas, pensamientos y opiniones sobre variados temas. (Quispe., 2022, p. 445)

El prosumidor toma el contenido y lo analiza, interpreta al mismo tiempo que brinda su opinión para luego exponerla desde su punto de vista, entendimiento o capacidad de captación (Reyes, 2018, p. 32)

## **2.2 Descripción del ciclo diagnóstico**

Después de conocer la problemática del fitness, la narrativa transmedia analizaremos los métodos de recolección de datos que resulten más viables para conseguir una investigación completa y verídica.

## **2.3 Instrumentos de recolección de datos**

Además, el apoyarse en el criterio de los profesionales para argumentar porque el crear una propuesta de narrativa transmedia para generar interés en las personas sobre el estilo de vida fitness. En este proyecto es necesario conocer todo lo referente al fitness para poder mostrarle al público objetivo un contenido de calidad a través de la narrativa



transmedia. Para conseguir los conceptos mencionados se aplicaron los siguientes técnicas e instrumentos de investigación :

## **2.4 Técnicas e instrumentos para el diagnóstico**

**Observación participativa:** Analizar de cerca el ámbito del fitness y cómo se desarrollan los aspectos de la vida saludable dentro de los gimnasios, se pudo analizar el porqué las personas tienen miedo de visitar los centros deportivos y las falencias que poseen algunos de los instructores al no brindar una guía o ayuda a las personas nuevas, logrando así generar temor y por consiguiente una disminución de personas que disfruten el realizar pesas o aeróbicos.

**Entrevista estructurada:** por medio de las entrevistas que se aplicaron a los expertos en narrativa y expertos en fitness se pudo recolectar la información necesaria para elaborar la narrativa transmedia. *a) Profesional en el área de psicología:* por medio de una entrevista sobre la salud mental y cómo afecta su funcionalidad en la salud física, se trataron varios temas referentes a la vida saludable, la actividad física y como todo en conjunto debe funcionar correctamente para considerarse una persona fitness. *b) Profesional en el área de medicina:* se aplicó una entrevista a la Doctora Victoria Reyes, la cual indicó los problemas de salud que se adquieren al no cuidar el organismo, la importancia de mantenerse activo y las consecuencias de creer que la vida sedentaria es la mejor opción. *c) profesional en el área de fitness y suplementación deportiva:* se realizó una entrevista a Alejandro Bravo, atleta fitness y experto en suplementación deportiva el cual contó su experiencia acerca del fitness y todo lo que interviene dentro de él, también dio sus recomendaciones acerca de los suplementos deportivos que se podría y cuales no se deberían consumir al querer llevar a otro

nivel la forma en que se mira estéticamente el cuerpo. d) *Profesional en el área del fitness y culturismo*: Ing. Gustavo Perez reconocido por llevar un estilo de vida fitness desde hace varios años, es dueño de un centro de entrenamiento en el cual conduce a las personas de forma profesional a cambiar sus hábitos y les enseña cómo aprovechar al máximo las máquinas empleadas dentro del gimnasio, el cual comenta su experiencia en el fitness y cómo le cambió la vida haber seguido este camino. e) *Egresadas de la carrera de comunicación Social- UTMACH*: se requiere conocer y aprender sobre otros trabajos en los cuales se haya aplicado la narrativa transmedia, es por esto que se acudió a Flor Salcedo, Estefania Pesantes, Jennifer Ramón, Andrea Castro.

## 2.5 Cronograma de actividades y publicaciones.

**tabla 1 : Actividades**

ACTIVIDADES	MES			
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTI EMBR E
Investigación del tema	X			
Búsqueda de fuentes	X	X		
Entrevistas			X	
Observación				
Desarrollo de la propuesta		X	X	
Desarrollo de la parte metodológica			X	
Presentación del proyecto			X	

*Matriz:* Angie Tinoco

## 2.6 Resultado del diagnóstico

- Observación participativa: al ingresar en una de las áreas donde se desarrolla la vida fitness como lo es el gimnasio se pudo observar el miedo, vergüenza y desconocimiento de varias personas, las cuales no sabían cómo usar las máquinas para realizar ejercicio y optan por hacer cualquier cosa para no estar inmóviles o usar sus teléfonos para finalmente abandonar el lugar sin haber realizado ninguna actividad de provecho. por otro lado al observar la alimentación que poseen las personas que van a los gimnasios y acuden a la plataforma google para elaborar sus dietas se pudo observar cómo en algunas ocasiones las porciones de comida eran mínimas o excesivas para cada tipo de cuerpo, esto debido al desconocimiento y falta de apoyo por parte de un profesional en el fitness.
- Entrevista: Al realizar entrevistas a varios profesionales de las distintas áreas como medicina, psicología, entrenadores certificados y profesionales en suplementación deportiva se pudo brindar por medio de productos comunicacionales una guía, enseñanza y consejos sobre cómo iniciar la vida fitness y la importancia de mantener la mente y cuerpo sanos. También se como se realizó entrevista a licenciados en

comunicación social, ya que aplicaron la narrativa transmedia para elaborar sus trabajos de titulación, los cuales mostraron que este tipo de narrativa ayuda a mostrar las realidades y cómo por medio de la transmedia se puede llegar a la audiencia y crear un vínculo haciéndolos partícipes del contenido que se les muestre con el fin de generar interés sobre la propuesta de llevar un estilo de vida saludable.

Tanto los profesionales en las diferentes área mencionadas así como los profesionales en el área de comunicación social coinciden que la narrativa transmedia permite contar una historia por medio de diferentes plataformas logrando así expandirse al público y logrando captar un mayor número de audiencia que se interese en un tema tan importante y poco valorado como lo es la salud

**tabla 2: Entrevistados**

ENTREVISTADO	PROFESIÓN
Alejandro Bravo	Experto en suplementación deportiva
Gohan Noriega	Atleta fitness
Edinson Segovia	Psicólogo Clínico
Esther Gomez	Lic. Comunicación Social
Flor Salcedo	Lic. Comunicación Social
Esthefania Pesantez	Lic. comunicación Social
Jennifer Ramón	Lic. comunicación Social

Andrea Castro	Lic. comunicación Social

*Matriz:* Angie Tinoco

## CAPÍTULO III

### PLAN DE ACCIÓN

#### 3.1 Identificación de la intervención

Tomando en cuenta trabajos de investigación en los que se aplicó la narrativa transmedia dentro de la provincia de El Oro y habiendo constatado que estos arrojaron resultados favorecedores, así como se puede notar en el trabajo de No Amor en el cual se mostró temas de interés social como en femicidio a través de una interfaz y la transmedia, enfocada en la provincia de El Oro, el cual busca sensibilizar acerca del femicidio enfocándose en el análisis correcto de las plataformas digitales que permitieron lograr el objetivo y solucionar la problemática de la investigación, es por esto que en esta ocasión se creo este trabajo con el fin de tratar la problemática que se tiene sobre la falta de interés en el estilo de vida fitness, y que a través de una narrativa transmedia llegar a generar dicho interés y que las personas se sienten identificadas y motivadas a cambiar sus hábitos alimenticios.

A partir de esto se busca narrar una historia por medio de varias plataformas digitales, y que las personas se identifiquen con ella para poder crear un vínculo y ellos se sientan seguros de confiar en la veracidad del contenido.

### **3.2 Fundamentación Teórica de la intervención**

Con la eminente evolución sobre el uso de las tecnologías, las plataformas digitales han evolucionado considerablemente, siendo aplicadas desde el uso personas hasta el ámbito empresarial. Su inminente aparición se ha vuelto indispensable en la vida de los seres humanos que usan el internet como fuente principal ya sea de trabajo o para relacionarse con otras personas.

Para Todoli (2020) La tecnología actual (aplicaciones, páginas web, smartphones, algoritmos, entre otros) permite nuevos modelos de negocio y de prestación de servicios que despiertan el interés de los consumidores .

Las redes sociales se han convertido en el principal canal para interactuar con personas de cualquier parte del mundo, desde su aparición el contacto físico se ha reducido a la pantalla de un dispositivo móvil, dejando de lado los medios tradicionales para optar por lo moderno.

Al estar en un entorno que se maneja mayormente por lo digital es casi obligatorio saber al menos lo básico en redes sociales, puesto que hasta para postular en algún empleo te piden dichas redes para analizar el perfil de las personas y tener una idea de quien está postulando para ser parte de la empresa o negocio.

La globalización del internet ha impulsado a varias empresas a manejar las redes sociales como herramienta de trabajo, siendo esta una herramienta innovadora y muy efectiva para impulsar la imagen del negocio, lo cual no es de relevancia para varias microempresas que no creen en el poder de las redes sociales. (Aucay & Herrera , 2017, p. 82)

Facebook es una de las plataformas líderes dentro de las redes sociales, debido a su facilidad de manejo y en nivel de interacción que en él se presenta, en esta red se pueden encontrar una gran variedad de contenido tanto educativo como académico. (Barreto & Jimenez, 2010, p5)

por otro lado Instagram tiene más opciones para encontrar contenido de preferencia gracias a los hashtags por los cuales se puede conectar fácilmente con lo que se desea observar, la plataforma de Tik Tok se ha vuelto muy viral a partir del confinamiento a raíz del covid 19, volviéndose la plataforma del momento.

Dentro de la narrativa se debe tener en cuenta la Inmersión del lector dentro de la historia, la interactividad que el usuario tengo con lo que se está narrando, que se sumerja en en el contenido del producto y lo haga suyo, logrando así una integración para dejar de ser consumidores y convertirse en prosumidores.

### **3.2 Objetivo de la Intervención**

Generar productos comunicacionales por medio de la transmedia acerca del estilo de vida fitness en las personas de 18 a 34 años en la ciudad de Santa Rosa.

### **3.3 Planes de intervención**

#### **Guión de transmedia.**

**Título:** Vidfit

**Lema:** El cambio empieza por ti

#### **Sinopsis Narrativa.**

“Vidfit”, consiste en un proyecto dirigido a las personas en general que desean cambiar su estilo de vida, ya sea con base en su apariencia física o la salud mental, el cual busca llegar a estas personas a través de productos comunicacionales, que serán difundidos por medio de diversas plataformas usando a la narrativa transmedia como estrategia

comunicacional acerca de la problemática social que se presenta en las personas que desean, pero no saben cómo iniciar un estilo de vida saludable.

El nombre surge luego de analizar los factores que influyen en el comportamiento de las personas que su estilo de vida es sedentaria, ya sea por falta de tiempo, dinero, conocimiento o costumbres que vienen de familia; Se busca generar interés en ellos sobre lo importante que es cambiar de primera mano el pensamiento de las personas sobre qué comer sano es igual a dietas restrictivas poco sostenibles a largo plazo, al igual que tener una salud mental óptima influye de gran manera en el éxito del cambio físico.

La salud mental en muchas ocasiones es subestimada y al comenzar en la vida fitness el primer error que muchos cometen es depurar y desintoxicar únicamente el cuerpo, empezando a consumir una dieta baja en carbohidratos y proteínas, obsesionándose con la pérdida de peso y creyendo que la delgadez es el objetivo principal de su propósito. He aquí el gran error de estas personas, pues no acuden a profesionales de la salud tanto física como mental y se dejan guiar por las redes sociales e influencers, las cuales presentan contenido erróneo sobre la vida fitness. Según estudios realizados por Naylor et las personas con una enfermedad mental grave tienen una esperanza de vida menor a la de 20 en comparación a una persona con salud mental estable, esto debido a los varios problemas de salud física que se derivan de la salud mental como depresión, ansiedad, problemas cardiovasculares, etc.

Es por esto que, a través de diversas plataformas, junto a profesionales del *Fitness*, profesionales de la salud física y mental se busca generar interés en las personas con consejos sobre cómo iniciar, mantenerse y lograr con éxito cambiar el estilo de vida de las personas, brindando información sobre las comidas sanas, ejercicios y la importancia de desintoxicar la mente antes que el cuerpo.



Para la elaboración de los productos comunicacionales, se tomó en cuenta dos mundos narrativos: UN COMIENZO DE LA VIDA SALUDABLE Y VIDA FITNESS.

**Tabla 3: Matriz narrativa**

Un comienzo de vida saludable.	En este mundo se muestra como era es estilo de vida y el estado mental de las personas antes de iniciar en la vida fitness.
VIDA FITNESS.	Se muestra el proceso y como se puede cambiar el sedentarismo para lograr tener una estabilidad emocional y física. La cual será adaptada a un estilo de vida que resulte cómodo y duradero para las personas.

*Matriz:* Angie Tinoco

ACTORES.

**Tabla 4: Matriz Actores**

BIBLIOGRAFIA DE LOS PERSONAJES	
ANGIE TINOCO	ACTRIZ PRINCIPAL
PROFESIONALES DEL FITNESS:	ENTREVISTAS SOBRE EL FITNESS

ING. GUSTAVO PÉREZ ALEJANDRO BRAVO	
PROFESIONALES DE LA SALUD:  VICTORIA REYES EDINSON SEGOVIA	ENTREVISTAS SOBRE LA SALUD FÍSICA Y MENTAL.

*Matriz:* Angie Tinoco

## IDENTIDAD VISUAL

### Gráfico 1:



*Matriz:* AngieTinoco

## **Vidfit temas de salud, ejercicios y vida saludable**

El nombre Vidfit, surgió luego de realizar un análisis sobre el concepto general de la palabra fitness, llegando a entender que la misma abarca todos los aspectos involucrados al bienestar general del cuerpo, la actividad física, la disciplina y motivación que se debe tener para no abandonar el proceso de cambiar no solo la forma en como los demás te ven, si no en como tu te aprecias y cuales son tu metas, objetivos y sueños para contigo mismo.

Según los atletas fitness es de vital importancia entender que el cambio no se da de un día al otro, hay que tener paciencia y siempre acudir a un profesional antes de dar cualquier paso, puesto que varios atletas han sufrido daños irreversibles por llevar el fitness a otro nivel, dejándose llevar por la vanidad, la cual les ha cobrado factura con el paso de los años.

El fitness y la vida saludable van de la manos, no puedes tener una sin descuidar a la otra, es decir no puedes ser una persona fitness sin tener un estilo de vida saludable, por lo cual se juntó las primeras letras de ambas palabras Vida: Vid y fitness:fit dándonos como resultado Vidfit.

La línea gráfica se elaboro de la siguiente forma:

Tabla 6: Características del logo

**Tabla 5: Matriz Elementos y significados**

ELEMENTOS	SIGNIFICADO
Colores	<p>Verde: Representa la vida saludable, ya que este color es referente de hierba fresca, verduras, naturaleza y todo lo relacionado a la</p> <p>Blanco: este color se utilizó porque alude a la reflexión, paz, limpieza y todo lo referente al bienestar general tanto física como espiritual.</p>
Forma	<p>Es un círculo dividido en la mitad, el cual se va desprendiendo, el lado izquierdo de la figura representa el estilo de vida sedentario, en el cual los problemas de salud, problemas mentales y demás afecciones inundan por completo a la persona.</p> <p>En el lado derecho se representa a la vida fitness, ese momento cuando tu cuerpo y mente quedan liberadas de estrés, ansiedad y los problemas de salud física.</p> <p>Los círculos pequeños dentro de las partes</p>

	<p>divididas representan a la persona, en el lado izquierdo apunta hacia abajo porque esto indica llevar una vida sedentaria, la cual solo conduce a hundir a la persona, mientras que el círculo derecho va de subida ya que representa la superación y liberación de las afecciones mencionadas.</p>
--	--

*Matriz: Angie Tinoco*

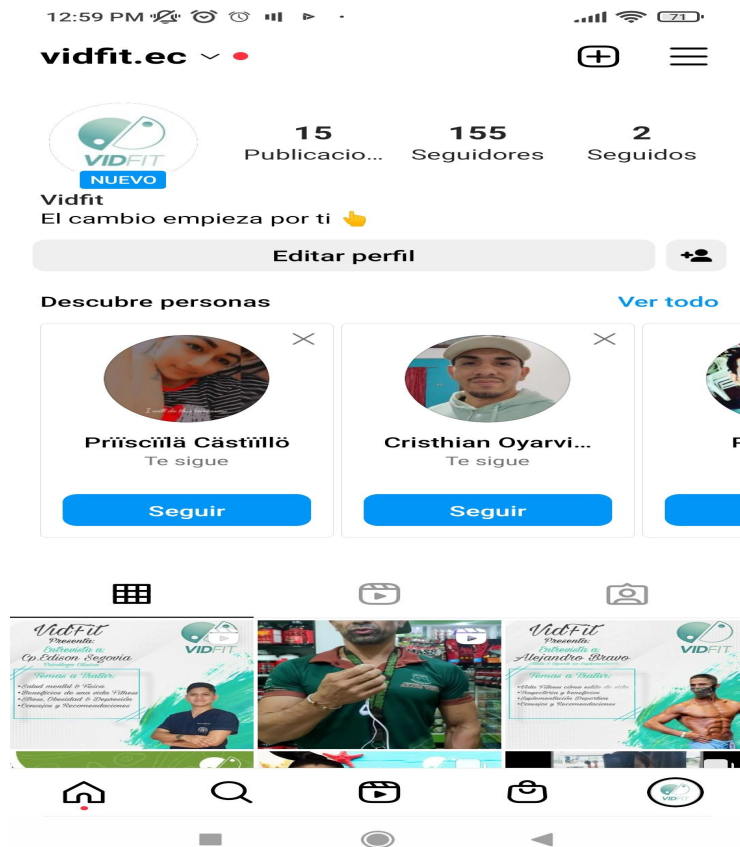
## REDES SOCIALES.

**Tabla 6: Matriz Redes sociales**

PLATAFORMA	INSTAGRAM
DIGITAL ANALOGICA	DIGITAL
ON/ OFFLINE	ON
HISTORIA	En la plataforma Instagram se han publicado videos sobre rutinas de entrenamientos, ideas de comida saludable, tips y entrevistas

EXPERIENCIA	Los usuarios deberán estar pendientes a la plataforma para poder conocer los contenidos que en ella se muestran.
-------------	--

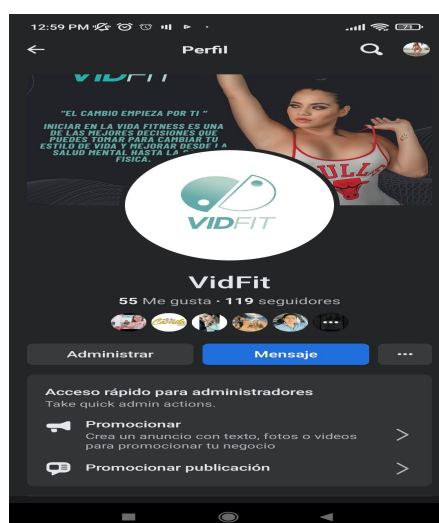
Gráfico 2: Pagina de instagram vidfit.ec



REDES SOCIALES.

PLATAFORMA	FACEBOOK
DIGITAL ANALOGICA	DIGITAL
ON/ OFFLINE	ON
HISTORIA	A través de las plataforma facebook se busca llegar a la audiencia por medio de productos comunicacionales como videos sobre rutinas de ejercicio, Flyers, ideas de comida sana y entrevistas
EXPERIENCIA	Los usuarios deberán estar pendientes a la plataforma para poder conocer los contenidos que en ella se muestran.

**Gráfico 3: Pagina de facebook vidfit.ec**



PLATAFORMA	Tik Tok
DIGITAL ANALOGICA	DIGITAL
ON/ OFFLINE	ON
HISTORIA	A través de la plataforma Tick Tock se han publicado videos interactivos para dirigir a las personas a las redes sociales enlazadas y que se produzca una mayor captación de la audiencia.
EXPERIENCIA	Los usuarios deberán estar pendientes a la plataforma para poder conocer los contenidos que en ella se muestran.

**Gráfico 4: Pagina de tiktok vidfit.ec**





VidFit



@vidfit.ec

2 Siguiendo

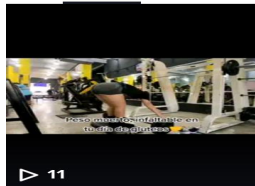
78 Seguidor

452 Me gusta

Editar perfil



El cambio empieza por ti



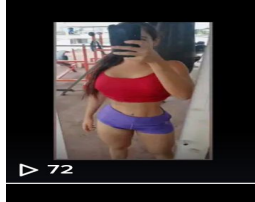
11



64



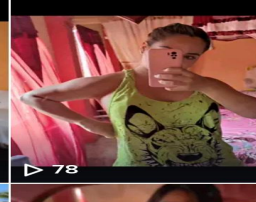
62



72



142



78



Inicio



Amigos



+



90

Bandeja de entrada



Perfil

**Tabla 7: Matriz línea de tiempo**

**LINEA DEL TIEMPO PARA LAS PUBLICACIONES DENTRO DE LA NARRATIVA**

LINEA DE TIEMPO VIDFIT							
PLA TAF OR MA	Actividad						
FAC EBO OK	Imágenes motivacion ales & Tips					Cómo concluir tu semana con éxito	Cómo comer fuera de casa. sin perder la dieta
	Rutinas de Ejercicios	Técnicas Correctas para ejercicios de piernas	Rutina Tren Superior	Cardio hit, la mejor manera de quemar calorías, rutina en la playa		Rutina para mejorar glúteos e isquios	Entrevistas a expertos
	Recetas de comida	Que comer el día de piernas	Snacks fit para reducir la ansiedad	Desayuno Saludable		Rutina para mejorar glúteos e isquios	Entrevistas a Comunicadores
INS	Imágenes					Cómo concluir	Cómo comer

TAG RA M	motivacion ales & Tips				tu semana con éxito	fuera de casa. sin perder la dieta
	Rutinas de Ejercicios	Técnicas Correctas para ejercicios de piernas	Rutina Tren Superior	Cardio hit, la mejor manera de quemar calorías, rutina en la playa	Rutina para mejorar glúteos e isquios	Entrevistas a expertos
	Recetas de comida	Que comer el día de piernas	Snacks fit para reducir la ansiedad	Desayuno Saludable		
TIK TOK	Rutinas de Ejercicios	Técnicas Correctas para ejercicios de piernas	Rutina Tren Superior	Cardio hit, la mejor manera de quemar calorías	Rutina para mejorar glúteos e isquios	Tips para mejorar tu abdomen
	Recetas de comida	Que comer el día de piernas	Snacks fit para reducir la ansiedad	Desayuno Saludable	5 Alimentos que te ayudarán a desarrollar los músculos	

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LDS8-i3CNigOklekScS7dSBaliy3atNZwS-fD3--jX>

[w/edit#gid](#)

### **3.4 Propuesta de evaluación y control de la intervención**

Dentro de las redes sociales como Facebook, Instagram y Tick Tock existe la opción para medir las estadísticas de las publicaciones, estas arrojan resultados sobre la interacción que se presenta en tu perfil en general así como en cada una de las publicaciones, mostrando a cuantas personas se logró llegar, los me gusta o reacciones que se obtuvieron, las veces compartidas, visitas al perfil, nuevos seguidores y la actividad en general de cada una de las páginas.

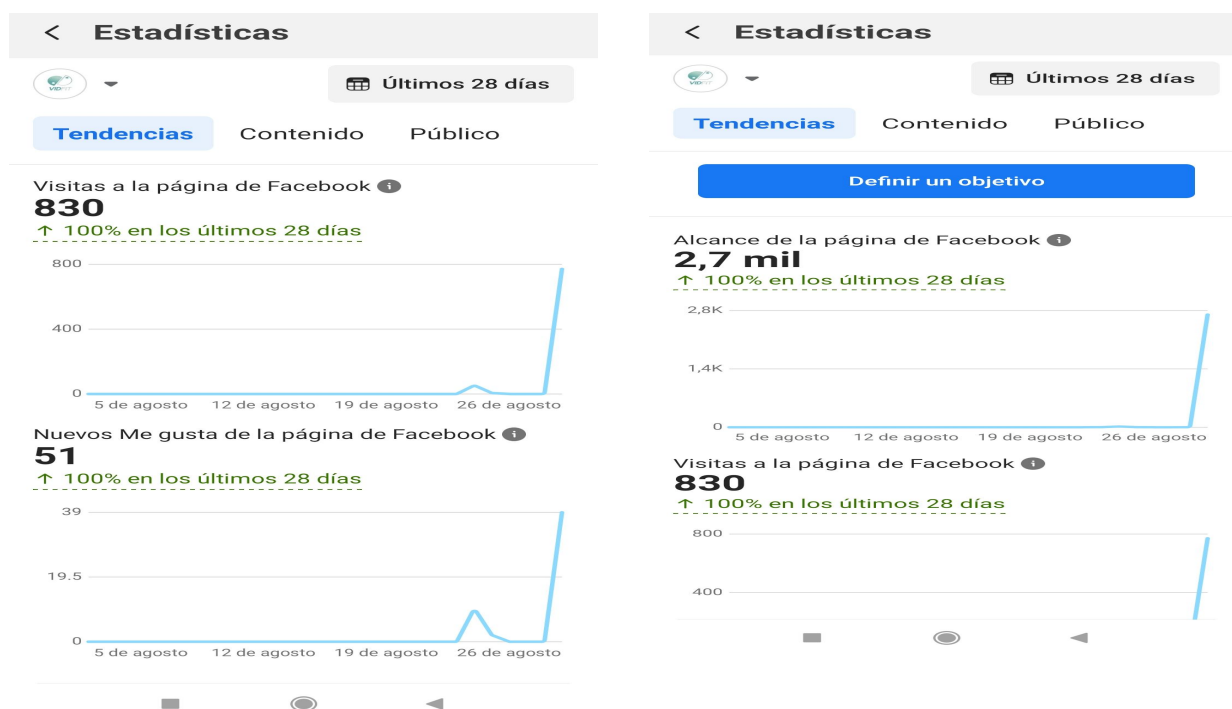
## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN**

#### **4.1 Descripción y contrastación teórica de los objetivos de la intervención.**

La propuesta de narrativa transmedia Vidfit- temas de salud, ejercicios y vida saludable, tuvo como resultado la aceptación en los productos comunicacionales publicados en las plataformas digitales escogidas. Los consumidores se familiarizaron con los posts realizados, se produjo una amplia interactividad, varias personas participaron por medio de likes y reproducciones, mostrando que el contenido expuesto fue de su agrado, los videos, tips e imágenes ilustrativas tuvieron un alcance aceptable.

### Gráfico 5: Evolución de página de facebook



La página creada en la plataforma facebook denominada Vidfit fue elaborada el 22 de Agosto del año 2022, llegando así hasta el martes 30 de agosto a 121 seguidores, con un alcance de 2,700 personas los cuales compartieron y reaccionaron a las publicaciones indicando que era contenido de buena calidad.

## Gráfico 6: Estadísticas de la página de instagram vidfit.ec

### Resumen de las estadísticas

You gained **114** more followers compared to ago. 17  
- ago. 23.

Cuentas alcanzadas	233 >
Cuentas que interactuaron	14 >
Total de seguidores	154 > +285%

### Contenido que compartiste



Esta red social fue creada como profesional, la categoría asignada fue comunidad; sin embargo no se puede obtener estadísticas específicas ya que la página no alcanza los mil seguidores. Desde la creación del perfil, se logró llegar a la audiencia y 155 seguidores le dieron follow a la página, logrando así crear una comunidad que espera expandirse con el paso del tiempo.

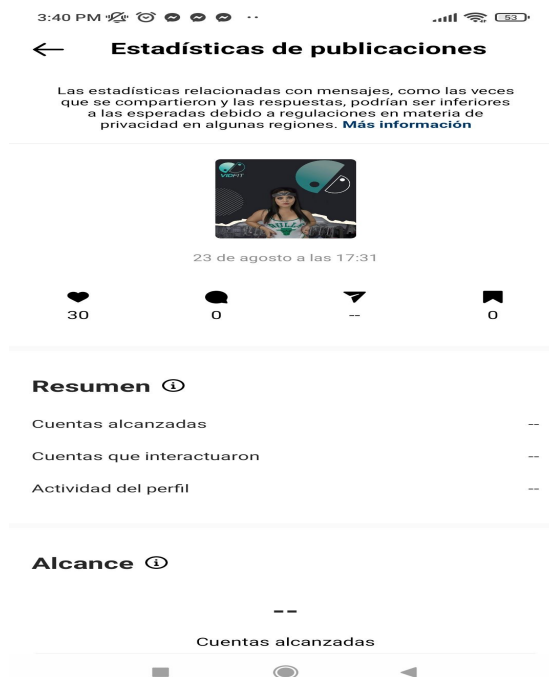
## Gráfico 7: Alcance de seguidores en la Página de tik tok



La cuenta de Tick Tock fue creada el 22 de Agosto del 2022 y cuenta con 81 seguidores y 454 me gusta, sus videos cuentan con varias reproducciones.

Instagram

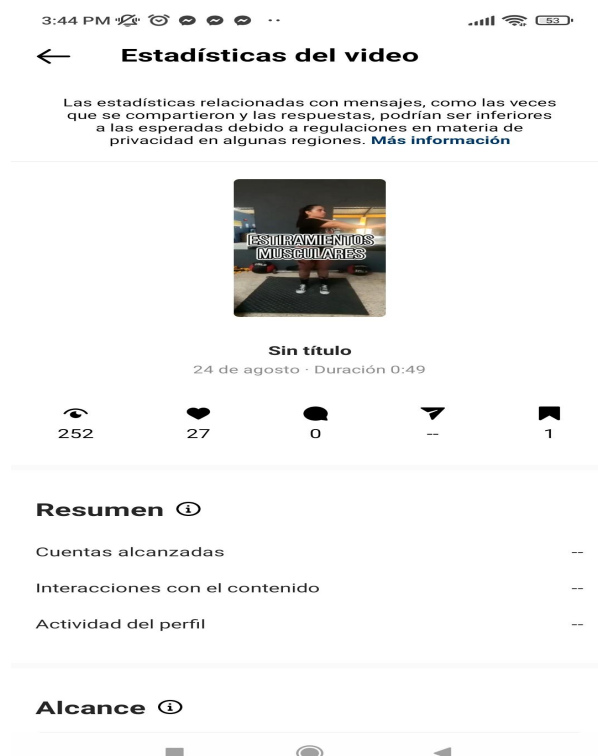
**Gráfico 8: Alcance de seguidores en la página de facebook vidfit.ec**





En el primer flyer usado también como post de Bienvenida a Vidfit se obtuvo un total de 30 reacciones y se compartió 110 veces en perfiles de Instagram.

### Gráfico 9: Estadísticas en el video más relevante en la página de Instagram



Se inició hablando de los estiramientos musculares, ya que muchas personas desconocen este tema, se obtuvieron 253 vistas, 27 reacciones y 5 veces compartido.

## Conclusiones

La presente investigación se basa en la producción de una narrativa transmedia llamada Vidfit, en la cual se tratan todo lo referente al estilo de vida fitness, abarcando temas como hábitos saludables, rutinas de ejercicio y priorizar la salud mental tanto como la salud física, se desarrolló en el lapso de 20 días, por lo cual se llegó a las siguientes conclusiones:

- La Narrativa Transmedia es un método innovador por el cual se pudo llegar a la audiencia seleccionada a través de productos comunicacionales, con el fin de contar una historia la misma que se dio a conocer a través de varias plataformas digitales, logrando así expandirse a un público más extenso con el objetivo de generar interés sobre la vida saludable, la actividad física y todo lo referente al fitness.
- Las redes sociales de mayor aceptación para la producción de este proyecto transmedia fueron Facebook, Instagram y Tik Tok, se escogieron estas plataformas por el nivel de captación de audiencia que tienen. Facebook ha sido considerado como una de las plataformas en donde las personas pueden compartir videos, fotos o posts de cualquier logrando conectarse a través de la red con diferentes personas a través de un dispositivo digital, en estas publicaciones se puede medir el grado de aceptación por medio de las reacciones o las veces que se reproducen o comparte el contenido, Por otro lado se utilizo Instagram porque se puede llegar a varias personas por medio de follows, compartir los posts, comentar o reaccionar a lo que se muestra en esta plataforma, que hoy en día permite estar conectados de forma permanente con la audiencia. la plataforma que se viralizó después de la pandemia ocasionada por el covid-19 es el Tick Tock, debido al confinamiento se empezó a usar esta plataforma para compartir videos cortos imitando o creando nuevas tendencias, las cuales se viralizaron de manera inmediata dependiendo de la calidad de contenido y las personas que compartan los intereses en común.

- Para generar contenido sobre el estilo de vida fitness se tuvo que generar una línea de tiempo y los eventos claves a partir de dos mundos narrativos: Un comienzo de vida saludable y vida fitness. Las entrevistas realizadas a los profesionales en temas referentes al fitness fueron de vital importancia para generar la narrativa transmedia, así como las entrevistas a los profesionales en comunicación Social.

Los posts que más causaron aceptación fueron aquellos en donde se mostraban videos realizando la rutina por la actriz principal, en este caso la autora del proyecto.

- Con la presente investigación se pudo constatar que la narrativa transmedia conecta a las personas y las invita a interactuar dentro de la historia, creando en ellos sentido de pertenencia y por ende una sensación de comprensión y familiaridad con lo que se está presentando en las plataformas digitales, convirtiéndose no solo en consumidores, sino en prosumidores de su propia historia. Cada publicación fue creada con el fin de contar una historia, llamar la atención de la audiencia y por ende cumplir con el objetivo general que fue despertar el interés en las personas acerca de la vida fitness usando a la narrativa transmedia como base principal.

### **Recomendaciones.**

Luego de analizar e investigar a profundidad el estilo de vida fitness narrado por medio de una narrativa transmedia se han generado las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere aplicar la narrativa transmedia al abordar un tema un poco olvidado como lo es la salud, ya que se logra que la historia narrada llegue a cierto tipo de audiencia basándose en la forma en que consumen los contenidos y lograr generar interés para

que se produzca una participación bilateral y los consumidores deseen ser prosumidores del contenido.

- Se debe seguir creando contenidos que promuevan y enseñen acerca del estilo de vida saludable, las personas que acuden a estos sitios de internet buscan tener una ayuda que no sea falsa y les ayude a cambiar su estilo de vida sedentario para poder iniciar su vida fitness de forma correcta, evitando de tal forma lesionarse o crear problemas de salud derivados de una mala alimentación o exceso de ejercicio que lo único que genera es un deterioro en la salud o una falsa ilusión de resultados inmediatos. Por lo tanto se considera que el público objetivo son todas aquellas personas que estén decididas a cambiar no solo por fuera sino también por dentro.
- Los productos comunicacionales a realizarse en la narrativa transmedia para las personas que quieren iniciar su vida fitness deben ser verídicos y elaborados en base a los profesionales de la salud y el fitness, su principal preocupación tiene que recaer en mejorar no solo lo estético sino la salud general del cuerpo y mente.

## Bibliografía

- Aller, R. (2021). ¿Qué es ser fan?: un abordaje sobre el «fandom» de Harry Potter en Argentina. *ANTROPOLógicas*, (17), 24-35.  
<https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/9496/1/24-35.pdf>
- Atarama-Rojas, T., & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación*, 17(1), 34-56. Scielo.  
<http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v17n1/a03v17n1.pdf>
- Aucay Piedra, E., & Herrera Torres, P. (2017). Nivel de uso de las redes sociales en el proceso de comunicación en las MIPES de Cuenca. *Retos*, 7(14), 1390-6291.  
<https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.04>
- Avella Chaparro\*, R. E. A., & Medellín Ruiz, J. P. (2012). Conceptos y componentes de la actividad física y el fitness. *Buenos Aires*, (164).  
<https://www.efdeportes.com/efd164/componentes-de-la-actividad-fisica-y-el-fitness.htm>
- Barbosa Granados, S. H., & Urrea Cuéllar, Á. M. (2018, ENE-JUN). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *KATHARSIS*, (25), 141-159. DIALNET.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369972>
- Bernal Acevedo\*, D. (2017). TIC Y EDUCACIÓN. Creación de mundos narrativos transmediáticos en procesos de aprendizaje. *Luciérnaga*, 9(18), 52-60.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6563538>
- Cevallos Chamba, Darío, G. (ene-2018). Narrativas transmedia: historias contadas desde la multiplicidad de medios. *Illari*, (5), 66-69. repositorio digital UNAE.  
<http://repositorio.unae.edu.ec/handle/56000/404>

- Chávez Peña, O. I., Cortes Almanzar, P., Pelayo Savalza, A. R., Aguirre Rodríguez, L. E., & Gómez Chávez, L. F. J. (2021). TENDENCIAS FITNESS PARA 2020: JALISCO, MÉXICO. *EmasF*, (68), 131-138. <https://doi.org/10.31910/rdafd.v8.n2.2022.2192>
- Clavo Ortiz, Y. (2022). *LA SITUACIÓN DEL SOBREPESO, OBESIDAD Y EL IMPACTO DE LA ENFERMEDAD POR COVID-19 EN PAÍSES ANDINOS*. Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-00757. <https://orasconhu.org/sites/default/files/file/webfiles/doc/LIBRO%20SOBREPESO%20OBESIDAD%20Y%20EL%20IMPACTO%20DE%20LA%20ENFERMEDAD%20POR%20COVID%2019%20EN%20PAISES%20ANDINOS.pdf>
- Cucho Leyva, M. P., & Carcausto Calla, W. H. (05-05-2021). Narrativa de madres sobre la enseñanza-aprendizaje remota de emergencia en docentes de nivel inicial. *Revista Scientific*, 6(20), 190/205. [https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista\\_Scientific/article/view/646](https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/646)
- Durán Fonseca, E., Rubio-Tamayo, J. L., & Alves, P. (30/03/2021). NIVELES DE DISEÑO NARRATIVO, ESPACIAL Y DE INTERACCIÓN PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDOS EN EL MEDIO DE LA REALIDAD VIRTUAL. *Arte y Sociedad*, (19), 96 -111. <https://www.eumed.net/rev/asri/19/realidad-virtual.pdf>
- Estrella Osorio, A., & Angulo Moncayo, N. (Abril Junio 2018). La narrativa transmedia: diversificación del relato y las estrategias de representación de la cotidianidad. Análisis de caso de Enchufetv. *RAZÓN Y PALABRA*, 22(2\_101), 24- 44. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16507/1/La%20narrativa%20transmedia%20diversificaci%C3%B3n%20del%20relato%20y%20las%20estrategias%20de%20representaci%C3%B3n%20de%20la%20cotidianidad.pdf>

- García, V. (julio-diciembre 2021). Crítica y no ficción. Notas para repensar el género en tiempos de “posverdad”. *RECIAL*, *XII*(20), 195-211. Dialnet.  
<https://doi.org/10.53971/2718.658x.v12.n20.35439>
- García Durán, L. (2015). El fandom en Asia Oriental. Entre la lógica del mercado y la lógica del cuidado. *Asiadémica*, (6), 76-92. Dialnet.
- García Núñez, R., & García Huerta, D. (15 Febrero 2018). Una aproximación a la cultura de Internet y participativa. *Sincronía*, (74), 452-462. Redalyc.  
<https://www.redalyc.org/journal/5138/513855742024/513855742024.pdf>
- HERMANN-ACOSTA, A., & PÉREZ GARCÍAS, A. (25/11/2019). Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia: revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano. *ESPACIOS*, *40*(41), 5.  
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n41/a19v40n41p05.pdf>
- Hernández Sellés, N. (2020). Narrativas Transmedia: Fantasías animadas de ayer y hoy. *Indivisa*, (20), 2254-5972. dialnet.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7785115>
- Mut Camacho, M., & Miquel-Segarra, S. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista de Comunicación*, *18*(2), 2227-1465.  
<https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A11>
- Orozco Gómez, G. (21 de febrero de 2017). LA MÚLTIPLE AUDIENCIACIÓN DE LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS: DESAFÍOS PARA SU INVESTIGACIÓN\*. *ENSAYOS*, *II*(1), 13-25. Dialnet.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6223235>
- Reyes Carvajal, A. (Enero 15 de 2018). EL BLOGUERO, GESTOR DE PRODUCTOSCULTURALES EN LA ERA DIGITAL. APROXIMACIONES A LA

DEFINICIÓN DE PROSUMIDOR. *vista de EL BLOGUERO*, 5(1), 27-37.

<https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/4028/3729>

Ricardo Barreto, C., & Chavarro Jimenez, A. (2010). El uso de Facebook y Twitter en educación. *Lumen*, 11.

RICO, C., VARGAS, G., POBLETE, F., CARRILLO, J., RICO, J., MENA, B., CHAPARRO, D., & RESÉNDIZ, J. (n.d.). Hábitos de actividad física y estado de salud durante la pandemia por COVID-19. *ESPACIOS*, 41. 10.48082/espacios-a20v41n42p01

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p01.pdf>

Rodríguez-Silva, M. (2021). Narrativa Transmedia y Comprensión Lectora: Una experiencia en la Educación Rural Colombiana. *Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 11(1), 110-119. <https://doi.org/10.37843/rted.v11i1.199>

Rodríguez-Torres, Á. F., Cusme-Torres II, A. C., & Paredes-Alvear, A. E. (28 de septiembre de 2020). El sedentarismo y beneficios de la actividad física en los adolescentes Sedentarism and benefits of physical activity in adolescents Estilo de vida sedentário e benefícios da atividade física em adolescentes. *polo del conocimiento*, 5(49), 1163-1178. DOI: 10.23857/pc.v5i9.1778

<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/1778/3425>

Suárez-Cousillas, T. (21 de diciembre de 2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka*, 1(22), 209-227. Dialnet. DOI:

<https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>

Usos de las narrativas, epistemologías y metodologías: Aportes para la investigación. (2018).

In *Énfasis* (p. 164). Marieta Quintero Mejía.

[https://die.udistrital.edu.co/sites/default/files/doctorado\\_ud/publicaciones/usos\\_de\\_las\\_narrativas\\_epistemologias\\_y\\_metodologias\\_aportes\\_para\\_la\\_investigacion.pdf](https://die.udistrital.edu.co/sites/default/files/doctorado_ud/publicaciones/usos_de_las_narrativas_epistemologias_y_metodologias_aportes_para_la_investigacion.pdf)



- Valcarce-Torrente, M., L Veiga, Ó., & Arroyo, Á. (julio 2021). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en Colombia para el Año 2021. *Retos*, (43), 107-116. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.93100>
- Valenzuela Garcés, J. (2018). La ficción y la libertad. Una aproximación a la dimensión política de la poética vargasllosiana sobre la ficción. *Anales de Literatura Hispanoamericana*, (47), 237-259. DOI: <https://doi.org/10.5209/ALHI.62738>
- Vidarte Claros, J. A., Vélez Álvarez, C., Sandoval Cuellar, C., & Alfonso Mora, M. L. (2011). ACTIVIDAD FÍSICA: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE LA SALUD. *Hacia la Promoción de la Salud*, 16(1), 202 - 218. <http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v16n1/v16n1a14.pdf>
- Yucra-Quispe, L. M., Espinoza-Montoya,, C., Núñez-Pacheco, R., & Aguaded, I. (25-01-2022). Revista de Comunicación, 2022, vol. 21, N° 1. E-ISSN: 2227-1465433De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes. *Revista de Comunicación*, 21(1), 433-450. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v21n1/2227-1465-rcudep-21-01-433.pdf>

## ANEXOS.

### Anexo 1. Entrevistas virtuales y por vía zoom a profesionales en las diferentes áreas relacionadas al fitness.

Profesionales	Link de la entrevista
Doc. Esther Gómez	<a href="https://www.instagram.com/reel/Ch6Vyg7DNWx/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/reel/Ch6Vyg7DNWx/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
PC. Edinson Segovia	<a href="https://www.instagram.com/reel/Ch5DdNvD4sh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/reel/Ch5DdNvD4sh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
Lic. Alejandro Bravo experto en suplementación deportiva	<a href="https://www.instagram.com/reel/Ch3xP8rDH0h/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/reel/Ch3xP8rDH0h/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
Ing. Gustavo Perez atleta fitness	<a href="https://www.instagram.com/reel/Ch552-eDLtS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/reel/Ch552-eDLtS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>

### Anexo. 2 Entrevistas aplicadas

Flor Salcedo.

Preguntas	Respuestas
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="853 315 1406 573">● En la transmedia se puede difundir la información en diferentes plataformas y aun así se pueda llegar al público sin importar el orden en que se la haga.</li><li data-bbox="853 607 1406 786">● es bueno poder observar a través de una plataforma digital, tips, consejos y demás asuntos relacionados al fitness.</li><li data-bbox="853 819 1406 1301">● las redes sociales arrojan las propias estadísticas, sus interacciones y demás asuntos relacionados a la audiencia, aunque en su minoría también existen quienes visitan las páginas sin tener intención de intervenir en la vida fitness.</li><li data-bbox="853 1335 1406 1671">● El contenido que vayas a realizar debe tener el enganche para llamar la atención de la audiencia, además de tener conciencia que cada plataforma posee un público diferente.</li><li data-bbox="853 1704 1406 1962">● Al aplicar la narrativa transmedia para la difusión cultural del cacao en la parroquia progreso y la provincia en varias plataformas digitales fue de gran</li></ul>

ayuda ya que si no se hubiese realizado así el alcance no hubiese sido el mismo.

- Se debe tener en cuenta que el tiempo es limitado y se debe prestar mayor atención al realizar un proyecto de narrativa transmedia.
- Se realizó una línea de tiempo en la cual se planificó el contenido que se iba a postear en las redes sociales, aunque el tener una información previa de lo que se va a tratar es de gran ayuda..
- La audiencia fue medida con Fan page, aunque facebook, instagram y Youtube ya tiene su sistema de medición estadística, se realizó un stand para calcular cuántas personas se interesaban en el proyecto, su rango de edad para saber quienes eran los más interesados en el proyecto, también se realizaron entrevistas en Radio Jubones y radio UTMACH

### Anexo 3

#### Entrevista a Estefania Pesantez.

Preguntas.	Respuestas
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="858 607 1385 1003">● Una de las características de la transmedia es que es el eje principal de algunas plataformas que te permiten que los usuarios colaboren, que desde la historia principal nacen ciertas historias más.</li><li data-bbox="858 1048 1385 1809">● Si, porque las personas aún tienen una idea equivocada del fitness y piensan que ser fitness es sinónimo de anabólicos o cuerpos perfectos, al realizar en base a la narrativa transmedia algo fitness se puede desmentir estos mitos y mostrar la esencia real del fitness, como ha evolucionado y cómo por medio de la transmedia se pueda dar a conocer estos temas</li><li data-bbox="858 1854 1385 1966">● Se tiene que identificar las motivaciones de la audiencia, saber</li></ul>

sus necesidades y aclarar sus dudas, escucharlas y llegar a ellas por medio del conocimiento.

- Es importante tener una historia original y los comentarios de personas especializadas en el tema o han construido su conocimiento en base a una amplia experiencia.
- Los resultados fueron favorables porque muchas personas no sabían para qué servía el tren, lo más satisfactoria es sacar las experiencias de personas que no tenían conocimientos y se alegraban al conocer la historia que había detrás.
- Si, pues muchas personas no tenían fe en el tema ya que a muy pocas personas les interesa la parte del patrimonio cultural, pero como se implementó en la parte transmedia-crossmedia le dio un giro innovador ya que se usaron las redes lo cual extendió la audiencia.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales del proyecto sirvieron para darse a conocer una a otras, entrevistas, auspiciantes y personas que transmitían fotos a través de sus redes sociales, hacer que las personas participen y se produzca la sistematización de experiencias.</li> <li>• Al inicio no tenía mucha aceptación, aunque con la interacción de las personas se fue expandiendo a la comunidad y los seguidores.</li> </ul>
--	--

#### **Anexo 4.**

#### **Entrevista a Jennifer Ramón**

Preguntas	Respuestas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• una de las características es realizar</li> </ul>

el contenido y que este sirva para las plataformas que se vayan a manejar dentro de la narrativa transmedia, siempre se debe utilizar aplicaciones para crear contenidos y que estos lleguen a la audiencia.

- Si, hoy en día la audiencia que consume la narrativa transmedia son jóvenes y están relacionados al fitness y plataformas digitales.
- Determinar qué es lo que se quiere comunicar para poder determinar la audiencia o el público.
- Los productos comunicacionales que se vayan a producir son los más importantes, ya que por medio de ellos se medirán los resultados
- Si, porque por medio de las intervenciones en las redes sociales se analizaba las reacciones o etiquetas de las personas que se sentían identificadas con los productos comunicacionales.
- Si, se presentaron muchos problemas



ya que al ser documentación es un poco más complejo, pero se realizó una investigación profunda por medio de entrevistas, las cuales fueron un poco tediosas de conseguir debido a la magnitud del tema, ya que se trataba de un femicidio.

- En base a la audiencia que se tenía se sabía cuáles eran los productos comunicacionales que más llegaron a la población, podcast con temas del femicidio, también se realizó un mural rodante para la gente que no ocupa mucho la tecnología enviando un mensaje preventivo sobre el femicidio, se usó una línea de tiempo con los temas a publicar.
- A través de los comentarios, reacciones y veces compartidas se pudo visualizar la audiencia y las estadísticas mediante una aplicación para medir la audiencia. En Spotify la audiencia más activa fue el sexo masculino, por lo cual se logró el

	objetivo de la investigación.
--	-------------------------------

Anexo 5.

Entrevista Andrea Castro.

Preguntas	Respuestas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Se centran en contar un relatos a través de las plataformas digitales más populares como Facebook, Instagram, Tick Tock también en los medios tradicionales, la narrativa transmedia es la expansión de un relato, es decir que se pueda agregar una estrategia diferente en cada plataforma que podamos utilizar.</li> <li>● Si, las narrativas no son más que contar historias y las historias generan emociones en las personas que nos escuchan, que nos están viendo o que nos leen.</li> </ul>

- La audiencia se identifica en base a los objetivos que se plantea, a quién queremos llegar, qué mensajes queremos transmitir y por qué.
- La importancia radica en una buena historia que contar sin ella no se podrá acatar al público objetivo.
- Si, porque se realizó un previo estudio para definir a la audiencia, ya que muchos de ellos se identificaron con el personaje principal y su entorno.
- Si, puesto que el trabajo de titulación se realizó en tiempos de pandemia por lo cual no se pudo tener un contacto directo con las personas, además de no poder realizar una entrevista presencial con personajes esenciales para la investigación.
- Se tuvo que contactar con personas que estuvieron cerca de ella, para que cuenten su trayectoria, sus características para así poder personificar el relato.

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Para la medición del impacto de los productos comunicacionales se usaron herramientas métricas que proporcionan los mismos medios digitales, además se usaron encuestas a estudiantes, padres de familia y docentes.</li></ul>
--	--

Preguntas realizadas a Alejandro Bravo
¿Qué opinas acerca del fitness?
¿Cuéntenos su experiencia dentro del mundo fitness!
¿Que lo impulsó a iniciar en este mundo?
¿Cree que vale la pena el sacrificio y obstáculos para ser una persona fit?
¿Como profesional en suplementación deportiva, que suplementos recomienda para iniciar, mantener y mejorar los resultados de los entrenamientos?
¿Qué mensaje le daría a las personas que están empezando o aún no empiezan en el mundo fitness?

--

Preguntas al PC Edinson Segovia
1.¿Que nos podría decir acerca de la conexión entre el cuerpo y la mente?
2.¿Cree que la salud mental influye mucho en la salud física?
3. ¿Cuáles son los problemas mentales que desarrollan las personas que llevan una vida sedentaria?
4.¿La obesidad afecta la salud mental?
5.¿El llevar una vida sana puede mejorar el estado de ánimo en las personas?
6.¿ El estrés puede afectar el rendimiento de las personas?
7.Realizar actividad física y llevar una dieta sana puede reducir el nivel de estrés, ansiedad o depresión?
7.Existen ejercicios que estimulen el estado de ánimo?
8.Qué recomendación le daría a las personas para que se liberen del estrés y suban su estado de ánimo?

Preguntas realizadas a la doctora Esther Gomez

¿Qué enfermedades se asocian a la mala alimentación en las personas?

¿Cuáles son las enfermedades que se adquieren al llevar un estilo de vida sedentario?

¿Que cree que ocasiona mayormente el sobrepeso en las personas?

¿Cuántos minutos de actividad física recomienda al día para mantenerse sano?

¿Qué tan importante son las horas de sueño para mantenerse activo y saludable?

Cómo profesional de la salud que recomendaría a las personas que piensan que la actividad física y una buena alimentación no son importantes para la salud?

#### **Anexo 4. Fotografías de las entrevistas realizadas.**

Entrevista realizada a Alejandro Bravo



Entrevista realizada a Edinson Segovia



Entrevista realizada a Gustavo Perez.



Entrevista realizada a la doctora Esther Gomez.

**Anexo 5.**

**Grabación de contenido en el gimnasio.**





