



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**INFLUENCIA DEL FITSPIRATION DE INSTAGRAM EN
ADOLESCENTES QUE ASISTEN A GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE
MACHALA.**

**BOSMEDIANO VALLE ALICIA LEONELA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MUÑOZ CONFORME LEONELA BRITTANY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**INFLUENCIA DEL FITSPIRATION DE INSTAGRAM EN
ADOLESCENTES QUE ASISTEN A GIMNASIOS EN LA CIUDAD
DE MACHALA.**

**BOSMEDIANO VALLE ALICIA LEONELA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MUÑOZ CONFORME LEONELA BRITTANY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O
INTERVENCIÓN**

**INFLUENCIA DEL FITSPIRATION DE INSTAGRAM EN
ADOLESCENTES QUE ASISTEN A GIMNASIOS EN LA
CIUDAD DE MACHALA.**

**BOSMEDIANO VALLE ALICIA LEONELA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MUÑOZ CONFORME LEONELA BRITTANY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

LAZO SERRANO LIZETTE IVONNE

**MACHALA
2023**

INFLUENCIA DE LA FITSPIRATION DE INSTAGRAM EN ADOLESCENTES QUE ASISTEN A GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE MACHALA.

Bosmediano Valle Alicia -
Muñoz Conforme Leonela

por ALICIA LEONELA BOSMEDIANO VALLE

Fecha de entrega: 11-mar-2024 04:23p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2318020803

Nombre del archivo: ADOLESCENTES_QUE_ASISTEN_A_GIMNASIOS_EN_LA_CIUDAD_DE_MACHALA.pdf
(907.65K)

Total de palabras: 17826

Total de caracteres: 96027

8

Trabajo del estudiante

<1 %

9

polodelconocimiento.com

Fuente de Internet

<1 %

10

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

11

tech.alltop.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

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

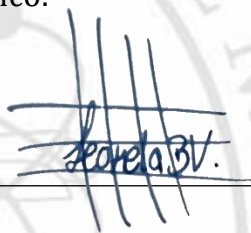
Las que suscriben, BOSMEDIANO VALLE ALICIA LEONELA y MUÑOZ CONFORME LEONELA BRITTANY, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado INFLUENCIA DEL FITSPIRATION DE INSTAGRAM EN ADOLESCENTES QUE ASISTEN A GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE MACHALA., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de 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 tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran 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.


Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo 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.



BOSMEDIANO VALLE ALICIA LEONELA

0706121373



MUÑOZ CONFORME LEONELA BRITTANY

0940703697

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo primero a Dios, por cuidarnos, darnos salud y bendiciones para culminar con éxito nuestra investigación.

a nuestros padres, quienes han sido nuestra fuerza impulsadora, la motivación y el apoyo inquebrantable a lo largo de este camino. Su amor y aliento constante nos han guiado en cada paso hacia la meta deseada, y su orgullo al ver nuestro progreso nos llena de gratitud y satisfacción.

A nuestros docentes por su dedicación, orientación y paciencia a lo largo de nuestra trayectoria académica, sus enseñanzas han tenido un papel crucial en nuestro desarrollo tanto profesional como personal.

Finalmente, a nuestros compañeros de clase y amigos, que colaboraron y formaron parte de nuestro recorrido, transmitiéndonos valiosas enseñanzas, alegrías y palabras de apoyo para cumplir nuestro trabajo.

Bosmediano Valle Alicia Leonela

Muñoz Conforme Leonela Brittany

Agradecimiento

Agradecemos a nuestra tutora de tesis, Mgs. Lizette Lazo, por su guía incondicional, sus palabras de motivación y el valioso conocimiento que nos proporcionó a lo largo de nuestra carrera y de este proyecto.

A nuestros padres, hermanos, docentes, amigos y compañeros de clase por formar parte de nuestra vida y apoyarnos siempre.

Y por último agradecemos a cada una de nosotras, por las noches de desvelo, por la predisposición, el apoyo y respaldo en cada una de las actividades asignadas para poder culminar con éxito este trabajo y conseguir así subir un peldaño más en nuestra vida profesional.

Bosmediano Valle Alicia Leonela

Muñoz Conforme Leonela Brittany

Índice de contenidos

| | |
|--|----|
| Resumen | 4 |
| Abstract | 6 |
| Capítulo 1. Contextualización del estudio..... | 8 |
| 1.1 Justificación y planteamiento del problema | 8 |
| 1.2 Objetivos | 10 |
| 1.2.1 Objetivo General | 10 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 10 |
| Capítulo 2. Antecedentes del tema | 11 |
| 2.1 Las redes sociales y contenidos de ejercicios y alimentación | 11 |
| 2.2 Instagram y la imagen corporal | 14 |
| 2.3 Instagram y el “fitspiration” | 15 |
| 2.4 “Fitspiration” en adolescentes | 17 |
| Capítulo 3. Materiales y métodos..... | 20 |
| 3.1 Metodología..... | 20 |
| 3.2 Muestra | 21 |
| Capítulo 4. Resultados..... | 28 |
| 4.4 Discusiones | 64 |
| 4.5 Conclusiones..... | 69 |
| 4.5.1 Recomendaciones | 70 |
| Referencias | 71 |
| Anexos..... | 80 |

Resumen

El presente proyecto de titulación se enfoca en analizar la influencia de la “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala. Es así, que dicha investigación surge de la necesidad de determinar si el consumo de “fitspiration” de Instagram influye positiva o negativamente en los adolescentes que asisten a los gimnasios en esta ciudad. Con este propósito, se ha elaborado un marco teórico que abarca temas tales como las redes sociales y contenidos relacionados con el ejercicio y alimentación; Instagram y la imagen corporal; Instagram y la “fitspiration”; “Fitspiration” en adolescentes; y por último se ofrece recomendaciones para contrarrestar los efectos negativos de la “fitspiration”.

La metodología empleada se basó en un enfoque mixto, utilizando tanto la recolección como el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, para cumplir con los objetivos específicos: a) evaluar el efecto de la exposición constante a contenidos de “fitspiration” de Instagram en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de los adolescentes; b) identificar las representaciones de “fitspiration” que se promueven en las cuentas de Instagram de los gimnasios de estudio y de los entrenadores; c) analizar los contenidos de “fitspiration” en las cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios seleccionados; d) correlacionar el efecto de las representaciones de “fitspiration” de Instagram en relación con la alimentación, el ejercicio y la autoestima en los adolescentes. Con el fin de alcanzar los objetivos de este estudio, se eligieron tres gimnasios de la ciudad Cava Fit-Club, Iron Gym y Nova Gym, al considerarlos como centros de entrenamiento con mayor afluencia de adolescentes. También, se utilizó una muestra representativa con adolescentes de entre 13 y 17 años que asisten a estos gimnasios.

Además, se procedió al desarrollo de herramientas e instrumentos como encuestas para los adolescentes donde se recopiló datos cuantitativos sobre su percepción de la imagen corporal y la autoestima, se empleó entrevistas semi-estructuradas individuales a entrenadores, creadores de contenido de los gimnasios seleccionados e influencers fitness, para poder conocer las distintas representaciones de la “fitspiration” de sus perfiles de Instagram y se consultó al experto en nutrición y estética, el licenciado Mario Ariza, y al psicología deportivo, el licenciado Steward Vázquez, donde se indagó con mayor profundidad como estas representaciones de “fitspiration” en Instagram ejercen influencia. Asimismo, se realizó un análisis de contenido de las páginas de Instagram de los 3 creadores de contenido más seguidos por los adolescentes.

Finalmente se concluyó que las representaciones de “fitspiration” se centran en individuos con cuerpos musculosos, definidos y marcados, generalmente mostrando rutinas y técnicas de

ejercicios, haciendo que los adolescentes se sientan motivados e inspirados, lo que sugiere una influencia positiva. Sin embargo, se destacó que también pueden surgir percusiones negativas debido a la promoción de información inadecuada.

Palabras claves: Fitspiration, Instagram, adolescentes, imagen corporal, autoestima, alimentación saludable.

Abstract

This degree project focuses on analyzing the influence of Instagram's "fitspiration" on adolescents who attend gyms in the city of Machala. Thus, this research arises from the need to determine whether the consumption of "fitspiration" on Instagram positively or negatively influences adolescents who attend gyms in this city. For this purpose, a theoretical framework has been developed that covers topics such as social networks and content related to exercise and nutrition; Instagram and body image; Instagram and "fitspiration"; "Fitspiration" in adolescents; and finally, recommendations are offered to counteract the negative effects of "fitspiration".

The methodology used was based on a mixed approach, using both the collection and analysis of quantitative and qualitative data, to meet the specific objectives: a) evaluate the effect of constant exposure to Instagram "fitspiration" content on the perception body image and self-esteem of adolescents; b) identify the representations of "fitspiration" that are promoted on the Instagram accounts of the studio gyms and trainers; c) analyze the "fitspiration" content on the Instagram accounts of the content creators of the selected gyms; d) correlate the effect of "fitspiration" representations on Instagram in relation to diet, exercise and self-esteem in adolescents. In order to achieve the objectives of this study, three gyms in the city Cava Fit-Club, Iron Gym and Nova Gym were chosen, considering them as training centers with the greatest influx of adolescents. Also, a representative sample was used with adolescents between 13 and 17 years old who attend these gyms.

In addition, tools and instruments were developed such as surveys for adolescents where quantitative data was collected on their perception of body image and self-esteem, individual semi-structured interviews were used with trainers, content creators from the selected gyms and influencers. fitness, in order to know the different representations of the "fitspiration" of their Instagram profiles and the expert in nutrition and aesthetics, Mr. Mario Ariza, and the sports psychologist, Mr. Steward Vázquez, were consulted, where they investigated in greater depth how these representations of "fitspiration" on Instagram exert influence. Likewise, a content analysis was carried out on the Instagram pages of the 3 content creators most followed by adolescents.

Finally, it was concluded that the representations of "fitspiration" focus on individuals with muscular, defined and marked bodies, generally showing exercise routines and techniques, making adolescents feel motivated and inspired, which suggests a positive influence. However,

it was highlighted that negative percussions can also arise due to the promotion of inappropriate information.

Keywords: Fitspiration, Instagram, adolescents, body image, self-esteem, healthy eating.

Capítulo 1. Contextualización del estudio

1.1 Justificación y planteamiento del problema

Las herramientas digitales cumplen un papel fundamental para el desarrollo en el progreso intelectual y económico a nivel mundial y nacional, dentro de este grupo se encuentran las redes sociales que son herramientas ampliamente empleadas en estos propósitos, en el ámbito educativo las redes sociales permiten una interacción inmediata entre el docente y estudiantes (Altamirano-Pazmiño y Guaña-Moya, 2022). En lo económico, permite a emprendedores acceder a una amplia gama de recursos; lograr obtener ventajas fundamentales al adquirir información valiosa; buscar guías y descubrir oportunidades; captar clientes; acceder a diversos recursos, tanto tangibles como intangibles y resolver problemas (Herrera Echeverri, 2009).

Ecuador tiene alrededor de 16, 938, 986 residentes (INEC, 2023), donde el 81.3% son usuarios de Internet. Ecuador cuenta un 92.3% de conexiones móviles, y un 73,5% son los usuarios presentes en redes sociales (Lexis, 2023).

En lo que respecta a las redes sociales más populares en el país, Facebook lideraba con 12,00 millones de usuarios, seguido de cerca por YouTube con 11,70 millones. Instagram contaba con 5,57 millones de usuarios, TikTok tenía 9, 65 millones, Facebook Messenger alcanzaba los 7,95 millones, LinkedIn contaba con 3,70 millones, Snapchat tenía 2,55 millones y Twitter registraba 1,80 millones de usuarios en Ecuador a principios de 2023 (Kemp, 2023).

Las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida de los adolescentes y sin el uso adecuado de las mismas, podrían generar un efecto negativo en sus vidas cotidianas (Moya et al., 2022). Como lo indica Pacheco et al. (2018) en el estudio realizado a 322 adolescentes, se encontró que el uso mínimo de redes sociales es de seis horas al día, con un máximo de 14 horas, y un promedio de 11.2 horas diarias. Además, se destaca la percepción equivocada de los adolescentes sobre las redes sociales, ya que el 93% las incorporan en su vida diaria como una forma de entretenimiento, el 4% las utilizan con fines académicos y el 3% las emplea para otros propósitos.

La tercera red social más utilizada en Ecuador después de Facebook y TikTok, es Instagram con 7 millones de usuarios (Del Alcázar Ponce, 2023). Dentro del marco de la pandemia de Covid-19, Instagram experimentó un notorio aumento en su expansión. Las marcas tienen la capacidad de alcanzar una audiencia de 1.08 mil millones de individuos

mediante la publicidad de esta aplicación y ha incorporado 111 millones de nuevos usuarios en su alcance promocional a principios del 2020 (Kemp, 2020).

Según un informe publicado por IAB Spain (2023), Instagram figura como una de las redes sociales más populares entre los adolescentes, específicamente en la generación Alpha (12 a 17 años). Su atractivo radica en su capacidad para servir como medio ágil para la comunicación y la construcción de identidad social, además de mantener a los usuarios al tanto de temas de su interés personal.

Esta red permite a los usuarios compartir imágenes y videos de su vida diaria, destacándose de otras aplicaciones por la posibilidad de editar las fotos antes de publicarlas, usando filtros para mejorarlas (Garzón Clemente et al., 2019) y poder compartir historias, todo esto hace que la aplicación esté muy relacionada con la imagen corporal y cambio en las actitudes alimentarias de sus usuarios (Puertas, 2020).

Al tener estas características, Instagram, atrae especialmente a menores (Statista, 2020), según De Alcázar Ponce (2018) el 8% de internautas de esta red en Ecuador tienen edades comprendidas entre los 13 y 17 años. El contenido más consumido por los adolescentes en esta red son los memes con un 17,8%, seguido de la música con un 14,6%, moda con un 11,7%, deportes con un 10,1%, entre otros; también es clave destacar que las preferencias de interacción son amistades, influencers o youtubers y familia (Gil-Quintana y Amoros, 2020).

Esta investigación se basa en estudiar a los adolescentes, quienes según Fanjul (2008), tienden a preocuparse más por la apariencia y el cuidado físico, respondiendo a una motivación estética, siendo la población más vulnerable e influenciable y la más interesada en lograr cambios rápidos en sus cuerpos. En Instagram hay muchas publicaciones con estas ídoles, y son conocidas por el término ‘Fitspiration’ que provocan efectos indeseables en los consumidores, como son molestias, frustraciones y problemas en la salud física y mental, dichos efectos pueden continuar, aunque los espectadores sean conscientes de la falta de realismo que posee el material difundido (Easton et al., 2018).

Por lo ya expuesto, la presente investigación busca analizar la influencia de la “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala, permitiendo identificar los posibles riesgos asociados al uso de la aplicación y este tipo de publicaciones de ‘inspiración fitness’, que generan diversas condiciones negativas para la salud, así como la disminución de la autoestima y la depresión debido a la constante comparación con otros usuarios (Rodríguez et al., 2019). Los mensajes que se difunden en este tipo de contenidos

también inducen a la culpa, lo que conlleva a practicar dietas y moderación excesiva en el consumo de ciertos alimentos (Boepple y Thompson, 2016).

Planteamiento del problema

Problema

¿El consumo de la “fitspiration” de Instagram influye en los adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la influencia de la “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala.

1.2.2 Objetivos específicos

- Evaluar el efecto de la exposición constante a contenidos de “fitspiration” de Instagram en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de los adolescentes.
- Identificar las representaciones de “fitspiration” que se promueven en las cuentas de Instagram de los gimnasios de estudio y sus entrenadores.
- Analizar los contenidos de “fitspiration” en las cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios seleccionados.
- Correlacionar el efecto de las representaciones de “fitspiration” de Instagram en relación con la alimentación, el ejercicio y la autoestima en los adolescentes.

Capítulo 2. Antecedentes del tema

2.1 Las redes sociales y contenidos de ejercicios y alimentación

Actualmente, hay varias formas y métodos para comunicarse y transmitir información, una de esas herramientas son las redes sociales, estas según Celaya (2011) “... son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”. En definición, estas herramientas permiten vincularse de forma virtual con personas de un mismo círculo social o fuera de este, en diferentes partes del mundo y diferentes contextos.

Por otra parte, Zamora (2006), manifiesta “Las redes sociales son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad” (párr. 4).

En definitiva, las redes sociales son espacios que facilitan la comunicación, sea con personas conocidas o personas por conocer, permitiendo que los usuarios tengan sus cuentas de manera anónima o de forma parcial, teniendo la disponibilidad de estar activos o no, otro punto a tener en cuenta es la seguridad e inseguridad que tiene este medio en las relaciones sociales (Herrera, 2012).

Se ha llegado al punto donde ser tendencia y estar actualizado se basa en publicaciones de historias llamativas, tener una cantidad considerable de seguidores, por lo que ser *influencer* es cada vez el anhelo de más personas. Es así, que cualquier cosa que pase en la vida de esas personas debe ser publicado en los medios virtuales. Turismo, religión, política, moda son temas presentes en las redes ya sea con buenas o malas intenciones (Piedra, 2020).

Los contenidos de ejercicios o actividad física y alimentación saludable, no se quedan alejados de esta realidad. Tal como indica Mata (2019):

En las diferentes redes sociales se puede observar la gran interacción que se tiene con imágenes o contenido que va determinando algunas de las decisiones de los adolescentes respecto a su alimentación y la toma de decisiones de sus actividades diarias. Este tipo de actividades puede generar conductas y diversos trastornos no solo biológicos sino sociales. (2019, p. 73)

En lo que concierne a la actividad física, esta temática está experimentando un creciente impacto de las nuevas tecnologías, las redes sociales y los medios de comunicación. Algunas

formas de ejercicio se vuelven populares cuando aparecen en series de televisión, son adoptadas por celebridades o son promocionadas por atletas destacados. En muchos casos, los usuarios siguen los consejos o simplemente copian los ejercicios que ven en redes sociales o que les recomienda alguien conocido. Esta proliferación de fuentes de información tiene dos aspectos. Por un lado, es beneficiosa porque brinda a las personas más opciones e información ampliando las oportunidades para participar en actividad física. Por otro lado, puede ser perjudicial si las personas no pueden discernir y elegir adecuadamente los canales o usuarios que promueven la práctica de actividad física de manera adecuada. (Piedra, 2020).

Las razones por las que varios deportistas usan Instagram, según Castañeda Vera (2018) son:

Las marcas deportivas tienen un aliado en Instagram porque es una red de fácil manejo y pueden llegar con un mensaje creativo a sus seguidores y de esta manera se los involucran como que fuera parte del mismo. Mientras que los deportistas, en sus horas libres pueden presionar un botón y transmitir un contenido exclusivo y original que tendrá una audiencia gigante. (p. 25)

Un estudio realizado en adolescentes de instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil, indica que los estudiantes, especialmente varones muestran una preferencia por buscar datos relacionados con deportes, afirmando un gusto por los juegos deportivos, aunque expresan que tienen más preferencia por estar conectados en internet, indicando que la red social por la que tienen más afinidad los adolescentes es Facebook. (Hernández Mite et al., 2017)

Respecto a la alimentación saludable, las redes sociales brindan un cambio o mejora de hábitos en los receptores y la sociedad en general, pues permiten brindar contenidos alimentarios de calidad (Camacho-López et al., 2022). No obstante, el manejo inadecuado de estas redes afecta el comportamiento alimentario de la información que no es verificada, que no tiene bases científicas, incidiendo en el mal consumo de los alimentos, provocando problemas alimenticios (Blanco Quevedo et al., 2023).

En Guayllabamba se realizó una investigación a 126 adolescentes que son seguidores de páginas que publican temas relacionados con alimentación, donde se logra apreciar, sin distinción de género, que este grupo etario explora temas relacionados con la alimentación. No obstante, se percibe que las mujeres muestran una mayor tendencia a convertirse en usuarias de cuentas sobre alimentación y aplicar la información que obtienen, mientras que en el caso de

los varones esta tendencia es menos evidente. En este estudio se muestra que la red más usada por los adolescentes es Facebook con un 39% de preferencia por el público femenino y en 45,1% del público masculino; sin importar el sexo los adolescentes indagan sobre temas de alimentación en internet, destacando que las mujeres son las que al final se vuelven usuarias de las páginas y ponen en práctica la información que se les brinda, algo que no se da en los hombres. (Hidrobo Álvarez y Sánchez Valdiviezo, 2018).

A pesar de la popularidad de la “fitspiration” para la sociedad, en la provincia de El Oro se ha observado una ausencia significativa de investigaciones sobre este fenómeno. Esta carencia de estudios empíricos representa un vacío en el conocimiento que limita la comprensión de los efectos y las implicaciones de la “fitspiration” en la población local. También es importante destacar que, en los estudios realizados en Ecuador, donde se muestra que la red social más utilizada por los adolescentes es Facebook fueron realizados en el 2017 y 2018, antes de la pandemia por Covid-19 que fue el tiempo donde se incrementó el número de usuarios en Instagram, especialmente adolescentes (Kemp, 2020).

Según el Estudio Anual de Redes Sociales, Instagram sigue siendo una de las redes sociales que se usan con mayor frecuencia, esta red social se consolida en la segunda posición, después de WhatsApp, otra característica es que se mantiene la frecuencia de visita, respecto al tiempo, los usuarios de Instagram pasan en promedio **1 hora y 8 minutos** al día (Spain, 2023).

El tiempo que los internautas dedican a Instagram es importante, mientras más minutos pasan las personas en la red social, ven más cantidad de anuncios de diversas índoles. Instagram reveló que la implementación de historias en su interfaz generó un incremento de la cantidad de tiempo en la aplicación todos los días (Mohsin, 2022).

Analizar los contenidos, temáticas o categorías de una red social como Instagram, resulta importante para tener conocimiento de las preferencias de los usuarios, es así que:

Existen múltiples categorías de contenido. Las tendencias más seguidas por la muestra se relacionan con amigos, humor, música, animales y comida. Sobre lo más visualizado en la aplicación, en primera posición se sitúan las historias, en segunda las publicaciones o post y en última Instagram TV. (Fondevila-Gascón et al., 2020, p. 47)

Las temáticas más populares en Instagram, luego de un análisis de los hashtags más usados en esta red son: mascotas, arte, belleza, fitness, comida, fotografía, humor, Instagram, lifestyle, moda, naturaleza, viajes y música (Martín, 2023).

2.2 Instagram y la imagen corporal

La imagen corporal, definida por Cruz et al. (2007) se basa en la percepción propia que se tiene de su cuerpo, se nota cuando una persona, cuyas características físicas se alejan de los estereotipos de belleza, logra sentirse bien con su imagen corporal.

Dentro del concepto de la imagen corporal, surge la insatisfacción corporal, que sucede cuando una persona indaga y piensa en cómo es el cuerpo ideal, respecto a lo impuesto por la sociedad y determina que su propio cuerpo no encaja dentro de esos parámetros (Acosta García y Gómez Peresmitré, 2003).

En la actualidad Instagram está repleto de los denominados ‘influencers’, que en esta red se conocen mayormente como ‘Instagramers’ básicamente son usuarios que generan contenido idealizado de gran calidad, llegando a obtener una gran cantidad de seguidores como el nivel de muchas celebridades, en muchos de los casos, sacan provecho de su popularidad e imagen para obtener ganancias económicas a través de asociaciones y promociones de las marcas que los contactan (Lowe-Calverley y Grieve, 2021).

Suele pasar que estos conocidos “instagramers” usan su cuerpo para mostrar productos, ya sean accesorios, ropa, colonias, etc. Las marcas eligen cada vez más a estos influencers por su apariencia física (Castillo-Abdul et al., 2021). Los efectos negativos al pasar mucho tiempo en esta aplicación y observar los contenidos de estos influyentes, que muestran sus cuerpos “ideales”, son los de compararse socialmente con dichos cuerpos popularizados, el impulso de la delgadez o la musculatura, mantener un control corporal, lo que provoca insatisfacción y vergüenza de la apariencia física de los espectadores (Folgar y Lía, 2019).

El uso y el acceso rápido de estos contenidos, hace que los cibernautas estén más expuestos a las fotografías y vídeos editados (Muñoz Parralo, 2023) generando así que los usuarios quieran verse bien y estén presentables al subir una foto de ellos en esta red social (Jiménez, 2022), avivando el sentimiento de pertenencia de un grupo, permitiendo que los internautas puedan identificarse con las publicaciones de los demás (Marinas, 2019).

Con estas características, el mayor grupo etario que comparte documentos audiovisuales y también observa la vida cotidiana de los demás para sentir que pertenece a un grupo, así sea como espectadores, son los adolescentes (Gil-Quintana y Amoros, 2020), quienes pasan varias horas del día navegando en redes sociales, con el fin de intercambiar sus experiencias y tener información de sus contactos y seguidores, en el lapso de ese proceso su comportamiento se ve

influenciado tanto en el nivel alimentario o como en lo físico, por los denominados influencers (Pilgrim y Bohnet-Joschko, 2019).

En una investigación que se llevó a cabo mediante una revisión sistémica de 13 estudios, se concluyó que el uso de Instagram está relacionado con ciertas actitudes alimentarias, generando Trastornos de Conducta Alimentaria (TCA), problemas psicológicos y fisiológicos (Puertas, 2020).

Otra investigación realizada a 1.055 menores entre 11 y 17 años en España obtuvo que los adolescentes dicen que una alimentación saludable se basa en integrar todo tipo de alimentos de manera equilibrada, también indican que la actividad física es indispensable para mantener el cuerpo. Lo interesante es que este grupo de estudio indica que el aspecto físico es muy relevante en las redes sociales, más que en la vida real (Feijoo et al., 2023).

Se pueden generar diversos problemas de salud física y mental en adolescentes que usan Instagram, tal como lo comenta Puertas (2020):

Pueden presentar afecciones en su salud física y mental, incluyendo ansiedad, depresión, baja autoestima o adicción a esta red social. Por ejemplo, se observó que los comentarios de las publicaciones de Instagram pueden tener implicaciones en la autopercepción de la imagen corporal y la satisfacción corporal del individuo. (p. 251)

En diversas redes sociales se pueden encontrar contenidos saludables, especialmente en Instagram cuyos temas van enfocados en hábitos “saludables”, posts y movimientos sobre alimentación, dietas a seguir sin proteínas, veganos radicales o las dietas en base a complementos alimenticios en alta o baja composición química, este tipo de contenido va sin fundamento científico y puede causar problemas graves en la salud de los usuarios, sobre todo a adolescentes que son quienes consumen este tipo de contenido y son los más influenciados al no cuestionarse si el contenido que están consumiendo ha sido probado o si tiene bases científicas (Gil-Quintana et al., 2021).

2.3 Instagram y el “fitspiration”

Instagram resulta ser un medio eficaz para la difusión de contenidos relacionados con alimentación, estereotipos de belleza y el bienestar físico o mayormente conocido por la palabra fitness, es aquí donde entra el término *fitspiration* (Puertas, 2020).

Este término, cuyo significado en español es “inspiración fitness”, permite a los usuarios de redes sociales observar vídeos e imágenes asociados con el ejercicio y comida saludable, es así que se crea una comunidad entre personas con ideas similares que se comunican entre sí, donde sus contenidos se basan en ejercicio, recetas y fotografías de personas o comida, con el fin de motivar y ser un ejemplo a seguir para los demás (Carrotte et al., 2017).

Los contenidos o hashtags más usados dentro de la comunidad de “fitspiration” son varios y se subdividen de la siguiente manera:

Esta tendencia en Instagram suele circular y ser conocida alrededor del mundo con el hashtag #fitspiration, la cantidad de publicaciones con este hashtag, en lo que va del año 2019, llega a más de 17,6 millones y su abreviatura #fitspo cuenta con más de 65,3 millones de publicaciones en esta plataforma. Asimismo, otras etiquetas relacionadas a esta tendencia como #fitness tiene 339,1 millones de publicaciones, #fitnessmotivation con 63,6 millones y #healthylifestyle con casi 47 millones de posteos que entre todos los hashtags suma a 532, 5 millones de publicaciones sin contar otros hashtags que circulan relacionados a estas tendencias y aquellos posteos que no contienen etiquetas, estas últimas suelen ser utilizadas para lograr un mayor alcance. Estas estadísticas están sujetas a modificación al haber nuevos posteos diarios. (Tinajero Arias, 2019, p. 3)

En muchos de los casos la idea de mantener una apariencia física ideal y las conductas que se generan son transmitidas por los influencers, así lo manifiestan Pilgrim y Bohnet-Joschko (2019):

Los influencers se ganan la confianza y la amistad de sus seguidores diseñando contenido visual centrado en la forma del cuerpo y técnicas de comunicación específicas. Identifican y definen la dieta y el ejercicio como factores a controlar para la perfección corporal. Consumiendo suplementos dietéticos y vistiendo ropa deportiva ajustada de marca, los influencers prometen una forma simplificada de optimizar la apariencia como clave para la felicidad [...]. (p. 4)

Los denominados influencers fitness son quienes tienen la función de transmitir los hábitos que permiten llevar una vida plena donde prima la salud, una de estas prácticas es la actividad física. Lo interesante es que muchos de estos influyentes que recomiendan rutinas de ejercicio, no tienen una formación en educación física o estudios afines, únicamente muestran su entrenamiento personal y lo que les ha servido y aun así tienen gran cantidad de vistas y popularidad (Manacorda y Maidana, 2021).

El hashtag #fitspiration, actualmente genera más de 65 millones de publicaciones en esta red social. Este tipo de contenido busca inspirar a las personas a adoptar un estilo de vida más saludable a través del ejercicio y una dieta equilibrada (Prichard et al., 2020)

En un análisis de contenido de esta red social, relacionado con la inspiración fitness, reveló que la mayor parte de las imágenes compartidas (63,7%) representaba principalmente a mujeres, un 25% de las imágenes mostraban a personas participando en actividades físicas, un 19% incluía alimentos saludables como frutas o batidos proteicos. El resto de las imágenes contenían citas motivadoras y positivas, estadísticas, equipamiento de gimnasios y prendas deportivas (Tiggemann y Zaccardo, 2018).

La mayoría de las publicaciones de “fitspiration” muestran imágenes de mujeres delgadas y en forma, que promocionan la actividad física, el fitness y un estilo de vida saludable (Curtis et al., 2023).

Esta idea promueve el concepto de un cuerpo atlético. Esta expresión hace ilusión a las imágenes y mensajes que se comparten redes sociales con el propósito de motivar a las personas a involucrarse en actividades físicas y alcanzar un físico fuerte y definido (Fioravanti et al., 2021)

La *fitspiration* en las redes sociales, especialmente en Instagram posibilita que los usuarios accedan a contenido visual y audiovisual relacionado con la actividad física y establezcan conexiones con los individuos que comparten intereses similares (Carrotte et al., 2017).

Esta red social se ha vinculado con un aumento en la tendencia de evaluar la propia apariencia y adoptar los ideales de belleza a través de la comparación con famosos, así como a experimentar una mayor inquietud en relación a la imagen corporal debido a la exposición constante a imágenes y vídeos que promueven la “fitspiration” para mantenerse en forma (Fardouly et al., 2018).

2.4 Fitspiration en adolescentes

Este contenido según Chasler (2016) contiene recursos audiovisuales y textos que se transmiten en relación a la ‘inspiración fitness’, exponen un cuerpo marcado, que sea delgado, pero que tenga músculo, presionando a los adolescentes a cumplir con el requisito de tener un índice de grasa corporal bajo, donde la necesidad es que los músculos, en especial la zona del abdomen, se vean marcados.

La observación constante de imágenes relacionadas a la ‘inspiración fitness’ conduce a una reducción de la satisfacción corporal y un incremento negativo del estado de ánimo de los usuarios expuestos (Prichard et al., 2018).

Este término se ha visto ligado con efectos negativos en los usuarios de Instagram, produciendo un mayor riesgo de insatisfacción corporal, lo que conlleva a trastornos alimenticios, baja autoestima y pensamientos suicidas (Nazarali y Majumdar, 2020).

Una revisión sistémica realizada por Jerónimo y Carraça (2022) concluye que los efectos de consumir contenido de inspiración fitness, tiene un impacto negativo, pese a que la finalidad de este es de “inspirar y motivar” puede producir problemas graves e irreparables en la apariencia física y el estado mental, afectando a los adolescentes, quienes aún no tienen un criterio completamente formado.

La aparición y difusión generalizada de “fitspiration” refleja, en parte, dos tendencias socioculturales. La primera es que, en los últimos años, la valoración de la musculatura en las mujeres ha aumentado significativamente en las sociedades occidentales, de manera que las mujeres con cuerpos delgados y tonificados son cada vez más consideradas como atractivas, deseables y valiosas (Tiggemann y Zaccardo, 2015). En segundo lugar, un número creciente de hombres está mostrando interés por su apariencia física, especialmente en lo que respecta a su nivel de musculatura, lo cual se refleja en el aumento de la utilización de esteroides, anabolizantes, androgénicos en los países occidentales (Bozsik et al., 2018).

2.5 Recomendaciones para contrarrestar los efectos negativos de la fitspiration.

Es esencial asegurarse de que el contenido en las redes sociales vinculado a la salud y el acondicionamiento físico transmita mensajes responsables y apropiados. Estos textos deben promover información precisa sobre cuestiones de salud y bienestar, motivar a las personas a llevar un estilo de vida activo sin avergonzar a quienes no lo hacen, y establecer metas realistas en términos de salud y fitness. Asimismo, es importante fomentar un enfoque de vida saludable sin recurrir a mensajes que objetiven o estigmaticen. Las campañas de promoción de la salud deben dirigirse a quienes consumen contenidos relacionados con el fitness en las redes sociales, con el objetivo de mejorar su alfabetización en salud y promover una imagen positiva del cuerpo (Carrotte et al., 2015).

Otra recomendación es brindar información y preparar a los ‘influencers’ que difunden contenidos de inspiración, alimentación y del fitness en general, para que estos a su vez puedan brindar una información válida y fiable a sus seguidores (Hussenoeder, 2022).

También es importante que las publicaciones que se difunden sobre ‘inspiración fitness’ o temas similares, sean verificadas por profesionales o personal competente en el área que corrobore esta información (Latha et al., 2020).

Por último, es necesaria la habilidad de los usuarios y consumidores de este tipo de contenidos, para diferenciar los contenidos falsos, en este punto los adolescentes deber ser acompañados por un adulto o persona mayor de su confianza, que muestre y guíe sobre cómo se debe realizar este proceso de selección de la información fiable sobre los contenidos relacionados a la salud física y mental (Sánchez Casado y Benítez Sánchez, 2022).

Capítulo 3. Materiales y métodos

3.1 Metodología

El objetivo principal de esta investigación es analizar la influencia que genera la “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala. La metodología empleada es de enfoque mixto, este término explica la integración de técnicas de recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, añadiendo la investigación con modelos mixtos y con metodologías mixtas de forma compatible sin llegar a mezclarse entre sí (Tashakkori y Teddlie, 2003). Permitiendo obtener una comprensión más completa y precisa de la realidad que se está investigando.

Para cumplir los objetivos de esta investigación se tomó en cuenta a los gimnasios Cava Fit-Club, Iron Gym y Nova Gym, ubicados en la ciudad de Machala, estos gimnasios han sido seleccionados de manera subjetiva considerándolos como centros de entrenamiento con mayor cantidad de adolescentes.

Para ello se tomó en consideración el total de usuarios que asisten diariamente a los gimnasios estudiados, dando un total de 850 personas y seleccionando a los adolescentes entre 13 y 17 años que asisten a estos gimnasios, de modo que el tipo de muestra es probabilística al ser tomada de toda la población adolescente.

Se planteó evaluar el efecto a la exposición constante a contenido “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a los gimnasios anteriormente mencionados, para ello se aplicó encuestas a los adolescentes de estos centros de entrenamiento, donde se recopiló datos cuantitativos sobre su percepción de la imagen corporal y la autoestima.

También, se identificó las representaciones de “fitspiration” que se promueven en las cuentas de los gimnasios de estudio, creadores de contenido e influencer fitness mediante entrevistas semi-estructuradas individuales.

De igual manera, se realizó un análisis de contenido de las páginas de Instagram de los 3 influencers más seguidos por los adolescentes a los cuales se les aplicó la encuesta.

Por último, se correlacionó el efecto de las representaciones de “fitspiration” de Instagram en relación con la alimentación, el ejercicio y la autoestima en los adolescentes, mediante entrevistas a expertos en nutrición y psicología deportiva.

3.2 Muestra

Para cumplir con el primer objetivo se realizó encuestas a los adolescentes de los gimnasios estudiados, por lo que se obtuvo una muestra de **125** personas, que fue calculada por la población total de adolescentes que asisten al día, según la información brindada por los dueños y entrenadores de los centros de entrenamiento estudiados. Para el cálculo de dicha muestra representativa, se utilizó un error muestral del 6% y un nivel de confianza del 99%.

Tabla 1.

Población y muestra de la investigación

| Gimnasio | Promedio de asistentes diarios | Muestra (adolescentes) |
|----------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| Cava Fit-Club | 150 | 44 |
| Iron Gym | 300 | 22 |
| Nova Gym | 400 | 59 |
| Total | 850 | 125 |

Fuente: Entrevistas a los gimnasios seleccionados.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 2.*Tabla de informantes*

| Técnica aplicada | Informante | Objetivo | N° de informantes |
|-------------------------|--|--|--------------------------|
| Encuestas | 850 usuarios que asisten diariamente a los gimnasios Cava Fit-Club, Iron Gym y Nova Gym. | Evaluar el efecto de la exposición constante a contenidos de “fitspiration” de Instagram en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de los adolescentes. | 125 |
| | Propietario y administrador César Valdez | | 1 |
| Entrevistas | Ing. Tatiana León de la Cruz | Identificar las representaciones de “fitspiration” que se promueven en las cuentas de Instagram de los gimnasios de estudio y sus creadores de contenido. | 1 |
| | Lcdo. Luis Arreaga | | 1 |
| | Entrenador Fercho Mendieta | | 1 |
| | Entrenador Marcos Olivo | | 1 |
| | Entrenador Miguel Porras | | 1 |
| | Lcdo. Mario Ariza | Correlacionar el efecto de las representaciones de | |

| | | | |
|------------------------------|-------------------------------|---|---|
| Análisis de contenido | | “fitspiration” de Instagram en | 1 |
| | Lcdo. Steward Vázquez | relación con la alimentación, el | 1 |
| | Atleta de fisicoculturismo | ejercicio y la autoestima en los | 1 |
| | César Valdez | adolescentes. | 1 |
| | Preparador físico Juan Wagner | | 1 |
| | Influencer César Valdez | Analizar los contenidos de “fitspiration” en las cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios seleccionados. | 1 |
| Influencer Marcos Olivo | | 1 | |
| Influencer Miguel Porras | | 1 | |

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 3.

Categorías y subcategorías de la investigación

| Categorías | Subcategorías | Descripción |
|---|----------------------|--|
| Representaciones de “fitspiration” en páginas de Instagram | Cuerpos musculosos | Cuerpos musculosos: Los hombres presentan gran inclinación por la apariencia física, sobre todo en lo referente al nivel de masa muscular (Bozsik et al., 2018). |
| | Cuerpos delgados | Cuerpos delgados: Las mujeres delgadas y de cuerpo tonificado se han visto consideradas como personas atractivas, tentadoras ypreciadas (Tiggemann y Zaccardo, 2015). |
| | Cuerpos tonificados | Cuerpos tonificados – “cuerpo ideal”: “El deseo de mantener o alcanzar un cuerpo ideal musculoso y tonificado podrían haber reforzado aún más la participación en actividades de redes sociales relacionadas con el fitness” (Cataldo et al., 2022, p. 34). “Fitspiration no presenta predominantemente el ideal de cuerpo delgado, sino más bien un “ideal en forma”, caracterizado por un físico delgado, pero tonificado y musculoso” (Barnes et al., 2023, p. 2). Forma corporal ideal (masculina): “brazos grandes y musculosos, bien formados. Cuerpos tonificados, con hombros grandes y abdomen desmenuzado” (Chatzopoulou et al., 2020, p. 1280). Forma corporal ideal (femenina): las mujeres se inclinan por un tipo de cuerpo con delgadez extrema y a la vez que su figura se vea musculosa (Bozsik et al., 2018). |

| | | |
|---|--|--|
| Impacto de la exposición constante a contenido de “fitspiration” | Impactos positivos | Impactos positivos |
| | (Raggatt et al., 2018, p. 9) (Díaz Hoyos, 2018, p. 142) (Prichard et al., 2020). (Andrew et al., 2016; Avalos et al., 2005). | Motivación para hacer ejercicio. Comer de manera saludable. Acceso a ideas de ejercicio. Ser parte de una comunidad en línea. Favorece la formación de comunidades de seguidores que consumen, replican, interactúan, imitan y aprenden dichos contenidos. Estimulando y motivando que cada vez más personas se sumen a la práctica y vivencia de un estilo de vida más saludable. Impulsa a ser más activos, practicar ejercicio y comer de manera más equilibrada. Construye una imagen corporal positiva en los receptores. Apreciación y aceptación del cuerpo. Minimizar el consumo de cigarrillos y alcohol. Promueve la mejora de la autoestima y el optimismo. |
| | Impactos negativos | Impactos negativos: |
| | Barnes et al., 2023; Tiggemann y Zaccardo, 2015; Yee et al., 2020). García Otero, 2022; Jerónimo y Carraça, 2022; Romo del Olmo, 2020; Nazarali y Majumdar, 2020). | Niveles altos de comparación negativa de apariencia. Insatisfacción del propio cuerpo. Baja autoestima. Insatisfacción muscular. Aumento de la necesidad de reducir grasa corporal e incrementar la musculatura. Frustración, Decepción. Presión en los seguidores de este tipo de contenido. Disminución de la autoestima. Graves en la apariencia física. Induce a un pensamiento negativo de su propio cuerpo: viéndolo deforme o con problemas en la dieta o el peso. Estado mental y de ánimo negativo. |

| | | |
|---|--------------------------------|---|
| | <p>Robinson et al., 2017).</p> | <p>Se incrementa el riesgo en la insatisfacción corporal, generando trastornos alimenticios como la anorexia, bulimia u obesidad, así como puede generar. Pensamientos suicidas en los receptores de estos contenidos.</p> <p>Un estudio reveló que las imágenes con contenido de inspiración fitness no motivaron a los sujetos de estudio a realizar niveles más altos de ejercicio, por lo que este tipo de movimiento podría no cumplir con su propósito de inspirar.</p> <p>“Poco realista”</p> <p>Genera frustración, decepción y presión en las personas que lo siguen.</p> <p>Fijación de objetivos inalcanzables.</p> <p>Promueve estándares corporales restrictivos</p> <p>Aumenta el estado de ánimo negativo.</p> <p>Crea insatisfacción corporal.</p> <p>Disminuye significativamente la autoestima.</p> |
| <p>Tipos de imagen corporal que perciben los adolescentes al consumir contenidos “fitspiration” en Instagram</p> | <p>Negativa</p> | <p>Negativa:</p> <p>Instabod: tonificado con músculos grandes. representación del cuerpo perfecto en Instagram. (Chatzopoulou et al., 2020).</p> |
| | <p>Positiva</p> | <p>Positiva</p> <p>Hombres masa muscular desarrollada.</p> <p>Aumento de fuerza.</p> <p>Cuerpo Saludable. (Mayoh y Jones, 2021)</p> |

| | | |
|--|----------------------|--|
| Formatos y tipos de contenido que se difunden en páginas de “fitspiration” en Instagram | Imágenes | Imágenes: En redes sociales, principalmente Instagram se difunden imágenes relacionadas con el ejercicio, comidas, alimentos saludables (frutas o batidos de proteínas) o personas, ya sean estas fotografías profesionales o “selfies”; imágenes de transformaciones corporales; mujeres y hombres realizando ejercicio; citas inspiradoras, estadísticas, equipos de gimnasios y ropa deportiva. Estas imágenes se pueden buscar a través de hashtags específicos, como frases cortas precedidas del símbolo # (Barnes et al., 2023; Carrotte et al., 2017; Prichard et al., 2020; Romo del Olmo, 2020; Tiggemann y Zaccardo, 2018). |
| | Vídeos | Vídeos: Este movimiento también se difunde mediante vídeos, reels donde se aprecian rutinas de ejercicio o técnicas; creadores de estos contenidos compartiendo sus conocimientos con sus seguidores; se comparten preparaciones de comidas saludables; prueba de ropa deportiva; y el uso de implementos de gimnasios (Barnes et al., 2023; Carrotte et al., 2017; Tiggemann y Zaccardo, 2018). |
| | Blogs | Blogs: El contenido de inspiración fitness también se comparte mediante blogs, donde se imparten consejos sobre cómo mejorar la salud física y mental; alimentación, ejercicio y autoimagen (Boepple y Thompson, 2014). |
| | Rutinas de ejercicio | |
| | Recetas | |
| Ropa deportiva | | |
| Suplementos | | |

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Capítulo 4. Resultados

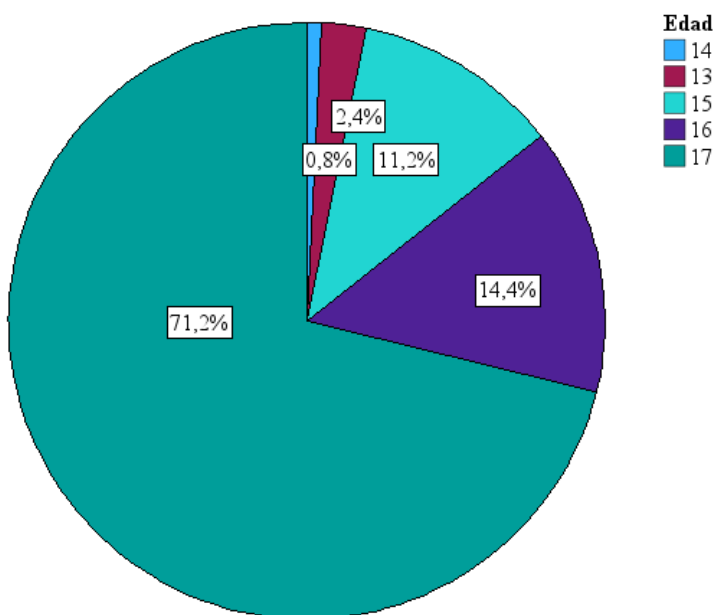
4.1 Resultados de encuestas a los adolescentes que asisten a los gimnasios Cava Fit-Club, Iron Gym y Nova Gym en la ciudad de Machala.

Se llevó a cabo la aplicación de la técnica de encuesta, con el fin de evaluar la influencia de la exposición constante a contenido de inspiración fitness (fitspiration) de Instagram en términos de la imagen corporal y la autoestima de los participantes, de los cuales se obtuvo los siguientes datos:

Datos generales:

Figura 1.

Edad de los encuestados



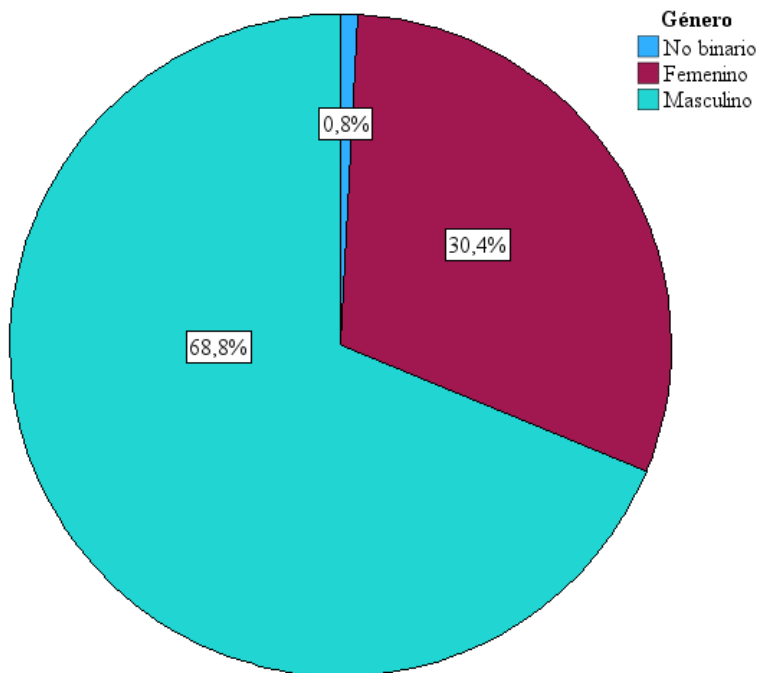
Fuente: Tabla 4.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De los 125 adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala, se encuentra que el 71,20 % de ellos en su mayoría tienen 17 años, seguido de 16 años con un 14,40%, mientras que el 2,4% son de 13 años y apenas el 0,80% está representado por la edad de 14 años. De esta manera es importante destacar que la mayoría de los participantes de esta encuesta son adolescentes próximos a cumplir la mayoría de edad.

Figura 2.

Identificación del género de los encuestados



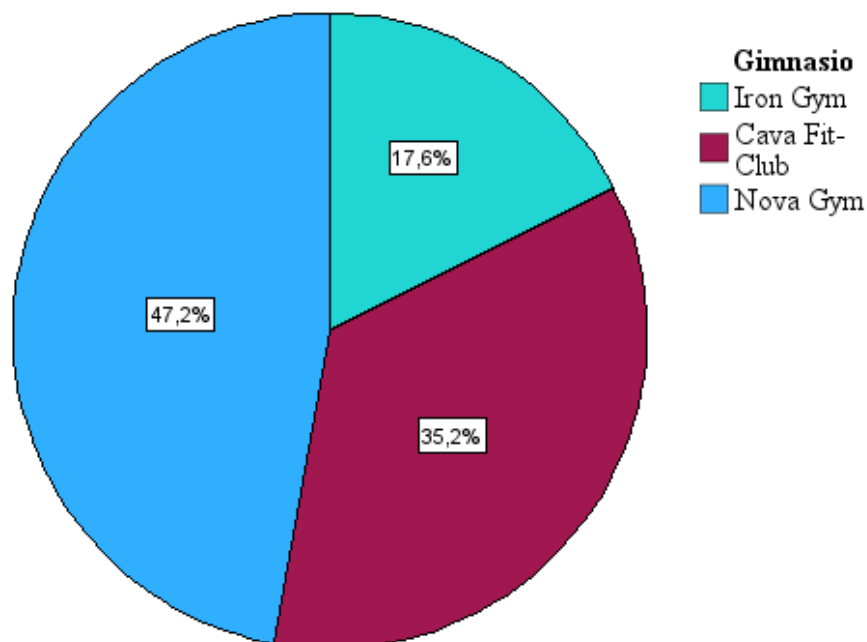
Fuente: Tabla 5.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se destaca que la mayoría de adolescentes que asisten a los gimnasios estudiados, son del sexo masculino, representando el 68,8% del total de 125 adolescentes tomados como muestra, mientras que el género femenino constituye el 30,4%, y apenas el 0,8% se ha identificado como no binario. De esta manera, se evidencia que la afluencia en los gimnasios analizados está conformada más por adolescentes del género masculino en comparación con el femenino y no binario. Es importante destacar que hay más encuestados del género masculino al ser ellos quienes se encontraban en más número en los gimnasios de estudio con edades comprendidas entre los 13 a 17 años, mientras que del género femenino hubo menos encuestadas, ya que el mayor número de suscriptoras que asistían a los gimnasios rondaba en edades superiores a los 18 años.

Figura 3.

Gimnasio al que asisten los encuestados



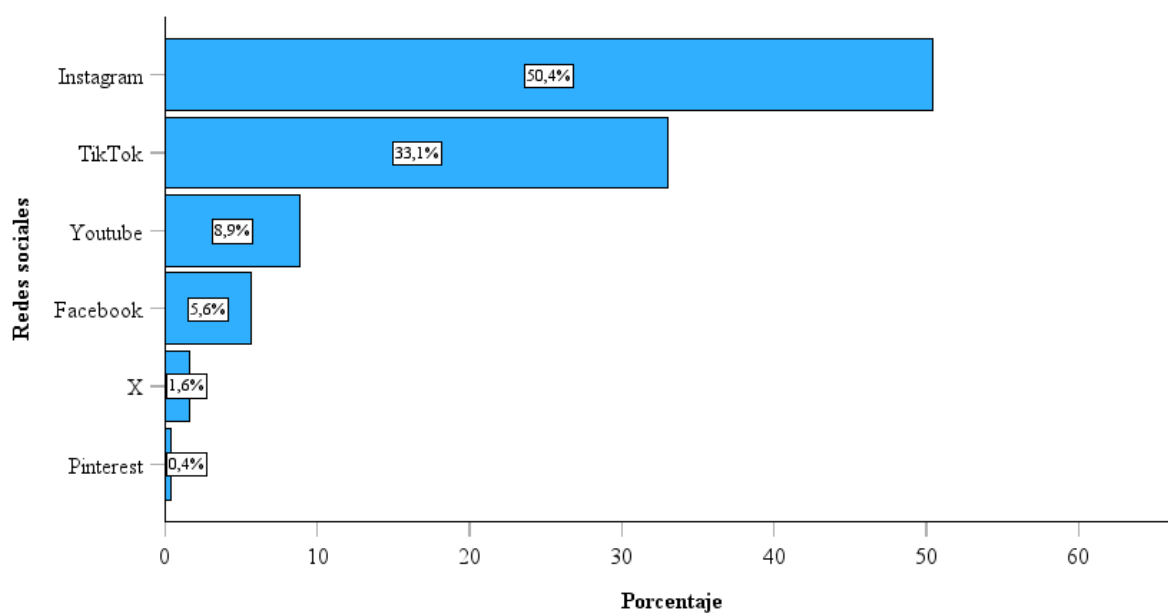
Fuente: Tabla 6.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Los resultados revelan que el gimnasio Nova Gym es el más popular de todos entre los adolescentes encuestados, con un notable 47,2% de asistencia, así mismo, Cava Fit Club sigue de cerca con un 35,2%, mientras que en Iron Gym tiene una asistencia más modesta, representando solo el 17,6% de los encuestados. Como conclusión, se evidencia que los adolescentes asisten más a el gimnasio Nova Gym. Esto se atribuye a su gran tamaño y atractivo comercial, que atraen a una cantidad significativa de personas. Además, se destaca por sus ofertas cautivadoras y servicios completos, los cuales son promocionados en sus redes sociales.

Figura 4.

1. ¿Qué redes sociales prefieres usar para revisar contenido de inspiración fitness?



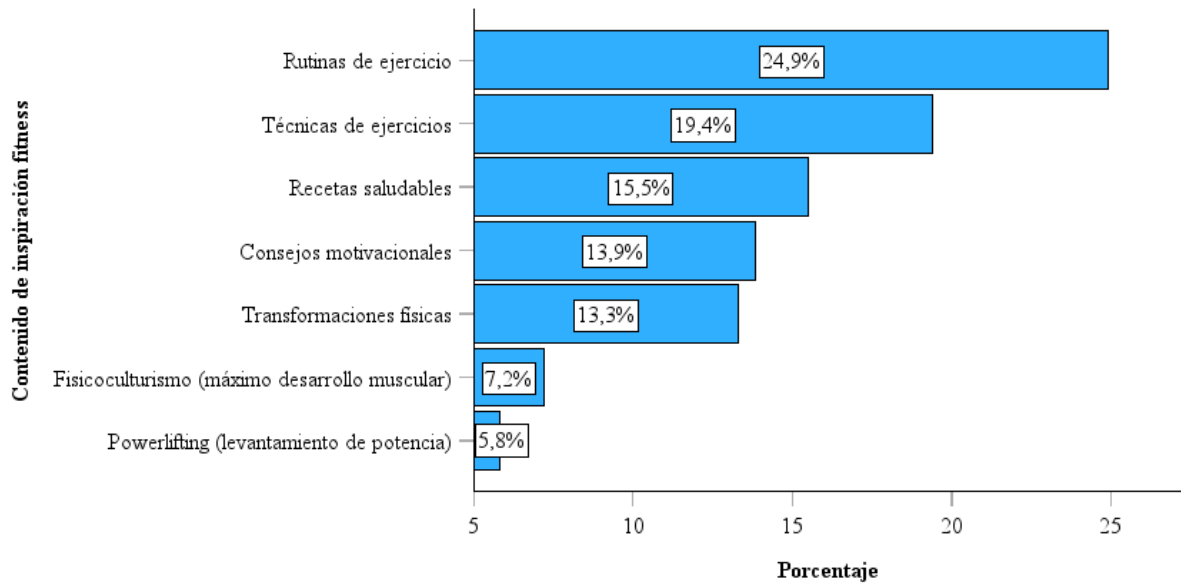
Fuente: Tabla 7.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se observa que la red social Instagram lidera en primer lugar con un 50,40% de preferencia, seguida de TikTok con un 33,1%, en tercer lugar, se encuentra YouTube con un 8,9%, precedida por Facebook con un 5,6%, mientras que las redes menos utilizadas son X con un 1,6% y Pinterest con apenas un 0,4%. En conclusión, estos datos sugieren que Instagram es la red social más preferida por los adolescentes para acceder a revisar contenido de inspiración fitness, seguida de cerca TikTok. Ambas plataformas son conocidas por su contenido visualmente atractivo entre los encuestados.

Figura 5.

2. ¿Qué tipo de contenido de inspiración fitness ves en Instagram?



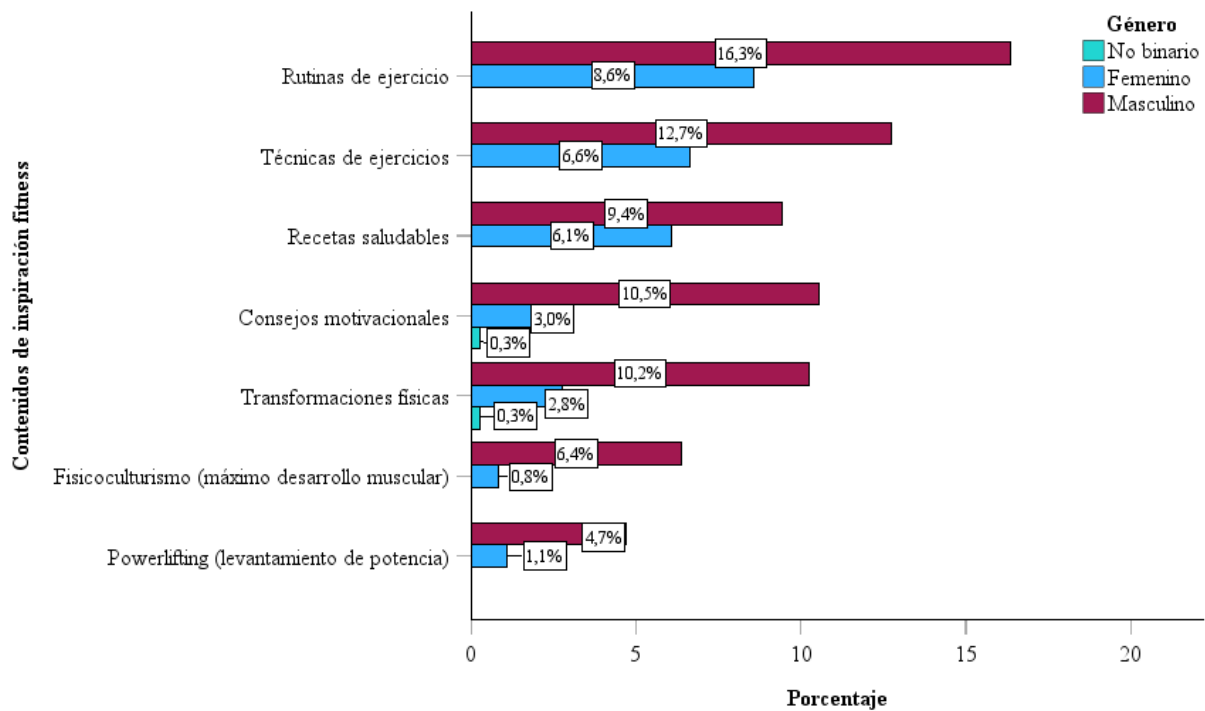
Fuente: Tabla 8.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se evidencia que un porcentaje significativo de los encuestados (24,9%), ven rutinas de ejercicios, seguido por un 19,4% que manifiesta su interés en técnicas de ejercicios. Por otro lado, las recetas saludables ocupan la tercera opción con un 15,5%, seguidas del contenido sobre consejos motivacionales con un 13,9% y las transformaciones físicas con un 13,3%. El fisicoculturismo con un 7,2% y el powerlifting con un 5,8% son los contenidos menos elegidos por los adolescentes. De esta manera, se llega a inferir que los contenidos de inspiración fitness que más prefieren ver los adolescentes en Instagram son las rutinas y técnicas de ejercicio. Del mismo modo, se evidencia la importancia que le dan a la alimentación sana al optar por recetas saludables.

Figura 6.

Contenido de inspiración fitness que consumen en Instagram x Género de los encuestados



Fuente: Tabla 9.

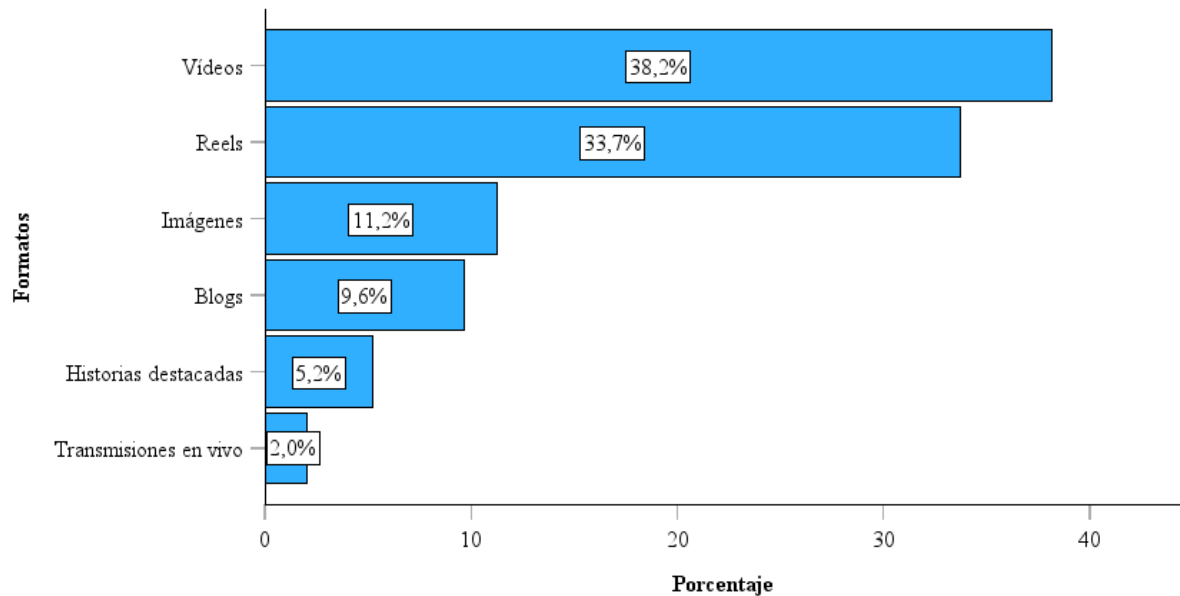
Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se destaca que el 16,3% del género masculino y el 8,6% del género femenino prefieren consumir contenidos de inspiración fitness en Instagram sobre las rutinas de ejercicios. Por otro lado, un 12,7% del género masculino y el 6,6% del género femenino se centran en ver técnicas de ejercicios. Respecto a los consejos motivacionales, un 10,5% del género masculino, un 3,0% del género femenino y solo un 0,3% del género no binario prefieren consumir ese tipo de contenido. Asimismo, el 10,2% del género masculino, un 2,8% del género femenino y el 0,3% del no binario optan por consumir las transformaciones físicas. Además, el 6,4% del género masculino y el 0,8% del género femenino consumen contenidos de fisicoculturismo. Por último, los contenidos de powerlifting son consumidos por un 4,7% del género masculino y del género femenino un 1,1%. En conclusión, los datos revelan diferencias en las preferencias de consumo de contenido de inspiración fitness en Instagram entre distintos géneros. Se observa que una proporción significativa del género masculino muestra interés en rutinas y técnicas de ejercicios, mientras que en las mujeres también se aprecia este interés, aunque en menor

medida. Por otro lado, es importante señalar que las preferencias del género no binario se inclinan hacia los consejos motivacionales y las transformaciones físicas.

Figura 7.

3. ¿En qué formatos prefieres ver los contenidos de inspiración fitness en Instagram?



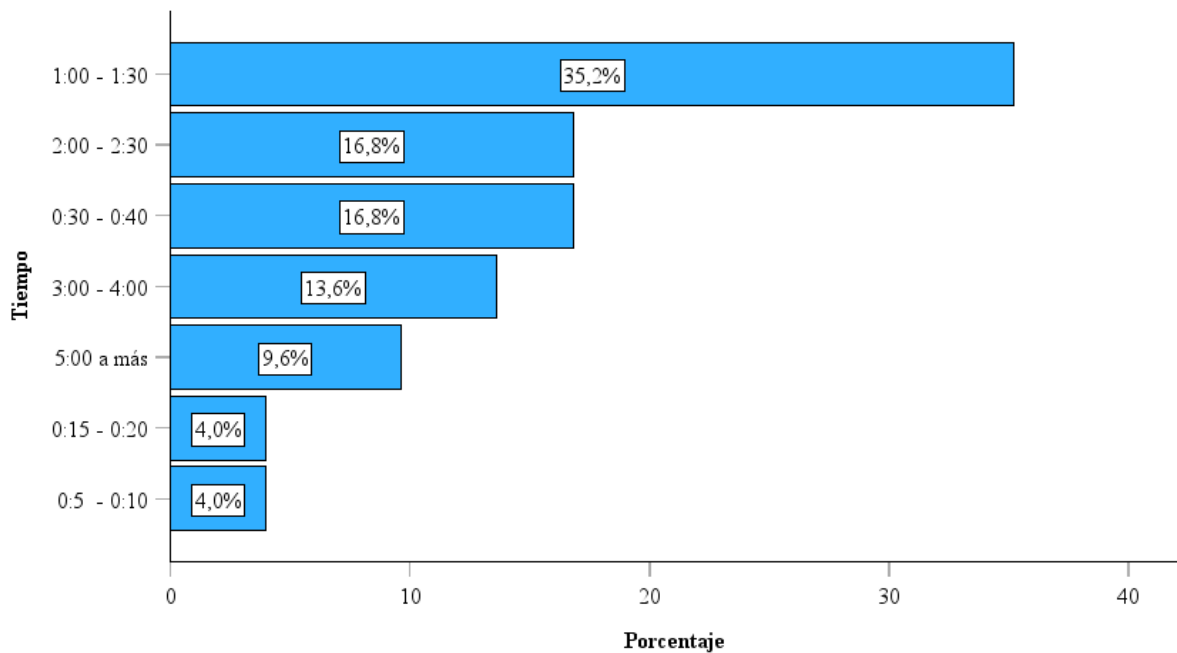
Fuente: Tabla 10.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Mediante estos resultados se revela que el 38,2% de los adolescentes muestran preferencia por el formato de vídeos, seguido por los reels con un 33,7% y en tercer lugar se encuentran las imágenes con 11,2%. Luego encontramos los blogs con un 9,6%, mientras que las historias destacadas tienen una preferencia del 5,2% y apenas un 2,0% ve contenidos de inspiración fitness en transmisiones en vivo. En conclusión, se evidencia que los contenidos de inspiración fitness a través de vídeos y reels son los más preferidos por los adolescentes, ambos formatos presentes en la red social Instagram. Es relevante señalar que algunos adolescentes también muestran preferencia por los blogs de Instagram para obtener información sobre la “fitspiration”. Aunque esta función no es principal en Instagram, la plataforma permite acceder a blogs y obtener más información de forma organizada.

Figura 8.

4. ¿Cuánto tiempo sueles dedicar a consumir contenido de inspiración fitness en Instagram?



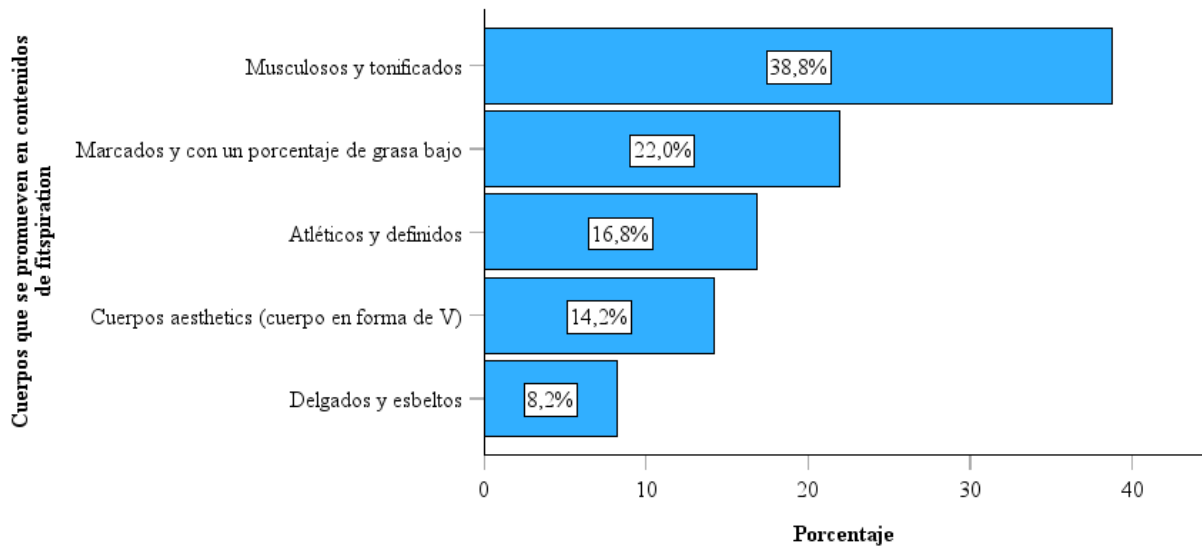
Fuente: Tabla 11.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De 125 adolescentes encuestados, el 35,2% pasan en promedio 1 hora a 1:30 al día consumiendo contenido de inspiración fitness en Instagram, el 16,8% pasan de 2 horas a 2:30 viendo este contenido, el otro 16,8% consume de 30 minutos a 40 minutos diarios, el 13,6% pasan de 3 a 4 horas y es importante tener en cuenta que el 9,6% de los encuestados consume este contenido de 5 horas a más, dejando en último lugar al 4,0% que consume de 15 a 20 minutos diarios y de 5 a 10 minutos diarios. De esta manera se observa que la cantidad de tiempo que los adolescentes suelen dedicar más al consumo de inspiración fitness en Instagram oscilan entre 1 hora a 1:30 diariamente. Sin embargo, es preocupante notar que un 9,6% de los encuestados están expuestos a estos contenidos durante 5 horas o más al día, lo cual podría tener consecuencias.

Figura 9.

5. Desde tu perspectiva, ¿Cómo los cuerpos que se promueven en los contenidos de inspiración fitness que ves en Instagram?



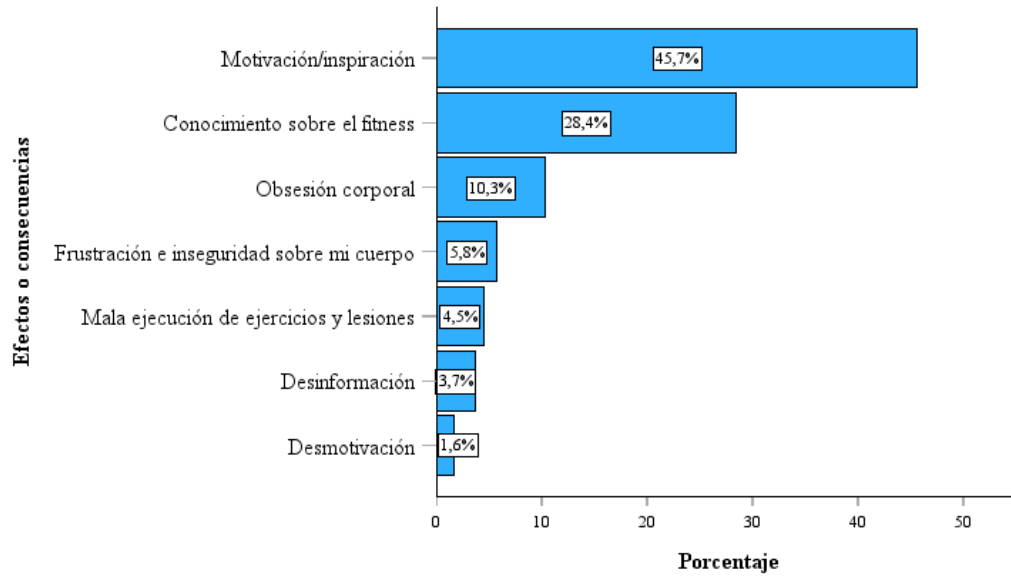
Fuente: Tabla 12.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se destaca que el 38,8% de los encuestados consideran que los cuerpos musculosos y tonificados son los que más se promueven en los contenidos de inspiración fitness de Instagram, seguido del 22,0% que indica que son los cuerpos marcados y con un porcentaje de grasa bajo, como tercer lugar el 16,8% considera que son cuerpos atléticos y definidos, mientras que el 14,2% son los aesthetics o cuerpos en forma de V y en último lugar con un 8,2% los cuerpos delgados y esbeltos. Se debe tener en cuenta que en ninguna de las opciones se menciona cuerpos grandes con un porcentaje de grasa alto. Todos son musculosos, tonificados, marcados con un porcentaje de grasa bajo, definidos y delgados, por lo que estos datos son relevantes al analizar las representaciones promovidas por la inspiración fitness.

Figura 10.

6. ¿Qué tipo de efectos o consecuencias crees que pueden generar los contenidos de inspiración fitness que ves en Instagram?



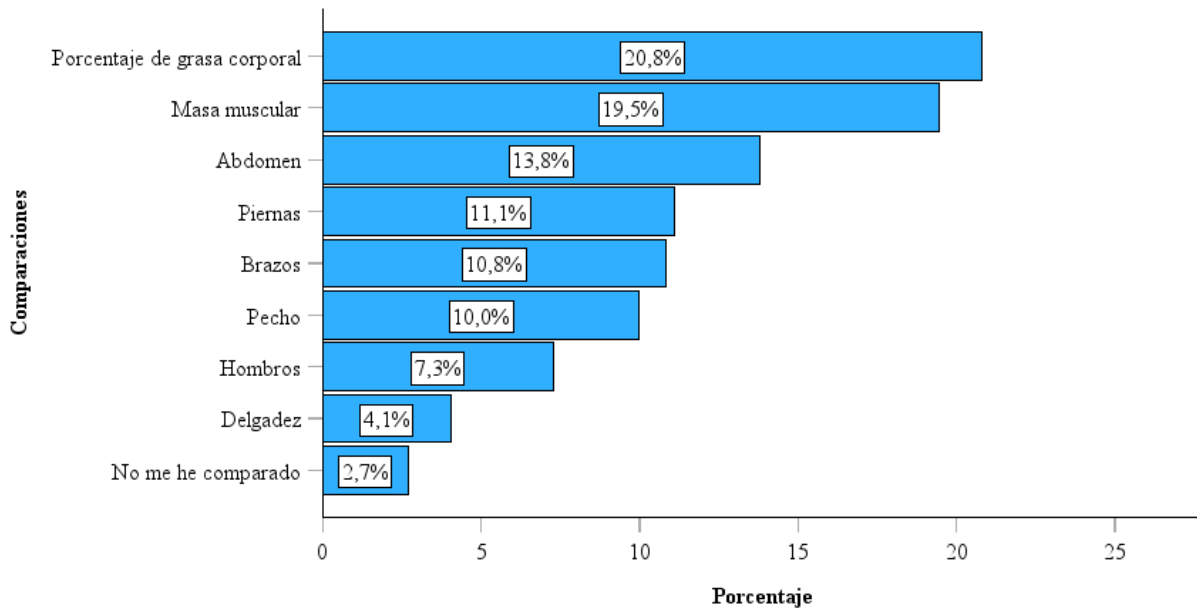
Fuente: Tabla 13.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Los resultados revelan que el 45,7 % de los encuestados creen que se genera motivación e inspiración al consumir contenidos de inspiración fitness en Instagram, el 28,4% considera que se genera conocimiento sobre el fitness, mientras que un 10,3% manifiesta que una de las consecuencias es la obsesión corporal, algo importante al tener en cuenta al evaluar la influencia de la exposición a este contenido en el tema referente a la imagen corporal y la autoestima. Otra de las consecuencias que señala el 5,8% de los encuestados es la frustración e inseguridad sobre su cuerpo, un 4,5% considera que se produce una mala ejecución de ejercicios y lesiones, por otro lado, el 3,7% manifiesta que se produce desinformación y un 1,6% indican que se puede generar desmotivación al ver este tipo de contenido. En conclusión, estos datos indican que la mayoría de encuestados perciben los contenidos de inspiración fitness de manera positiva, destacando la capacidad para generar motivación e inspiración. No obstante, también se observa que existe un segmento de adolescentes que perciben posibles efectos negativos asociados a este tipo de contenido, como los mencionados anteriormente.

Figura 11.

7. ¿Qué comparaciones has hecho de tu propio cuerpo con el contenido de inspiración fitness que ves en Instagram?



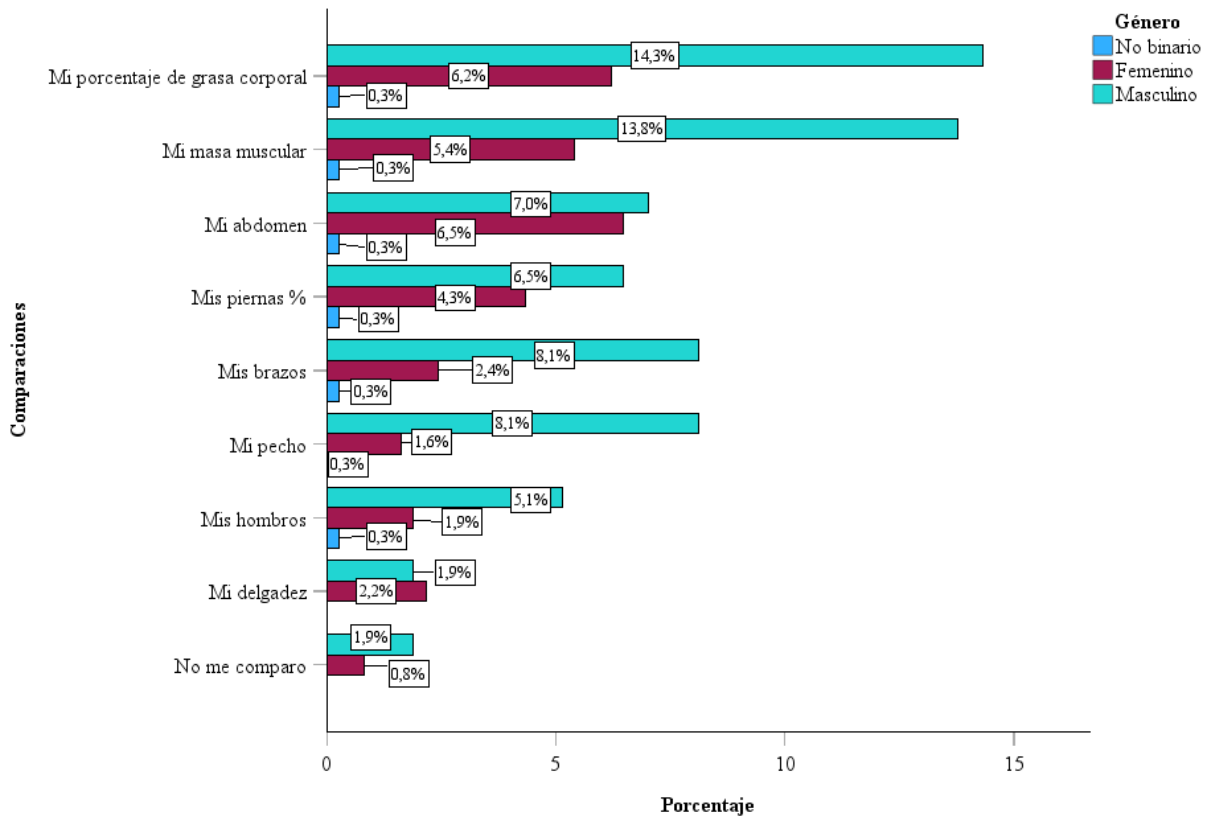
Fuente: Tabla 14.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 20,8% de los adolescentes han comparado su porcentaje de grasa corporal con los contenidos de inspiración fitness que ven en Instagram, lo que mantiene en concordancia la elección de la pregunta sobre los tipos de cuerpos que se promueven en los contenidos de inspiración fitness de Instagram, otra comparación que han hecho de su cuerpo el 19,5% es de su masa muscular, seguido de un 13,8% que ha comparado su abdomen, el 11,1% manifiesta que lo ha hecho con sus piernas, el 10,8% con sus brazos y pecho, un 7,3% ha comparado sus hombros, un 4,1% su delgadez y tan solo el 2,7% no se ha comparado. En conclusión, los adolescentes se han comparado diversos aspectos de sus cuerpos con los contenidos de inspiración fitness que ven en Instagram. Esto se debe por las distintas representaciones de la “fitspiration” centradas en cuerpos músculos tonificados, marcados con un porcentaje de grasa bajo, definidos y delgados.

Figura 12.

Comparaciones que se ha hecho de su propio cuerpo con el contenido de inspiración fitness de Instagram x Género de los encuestados



Fuente: Tabla 15.

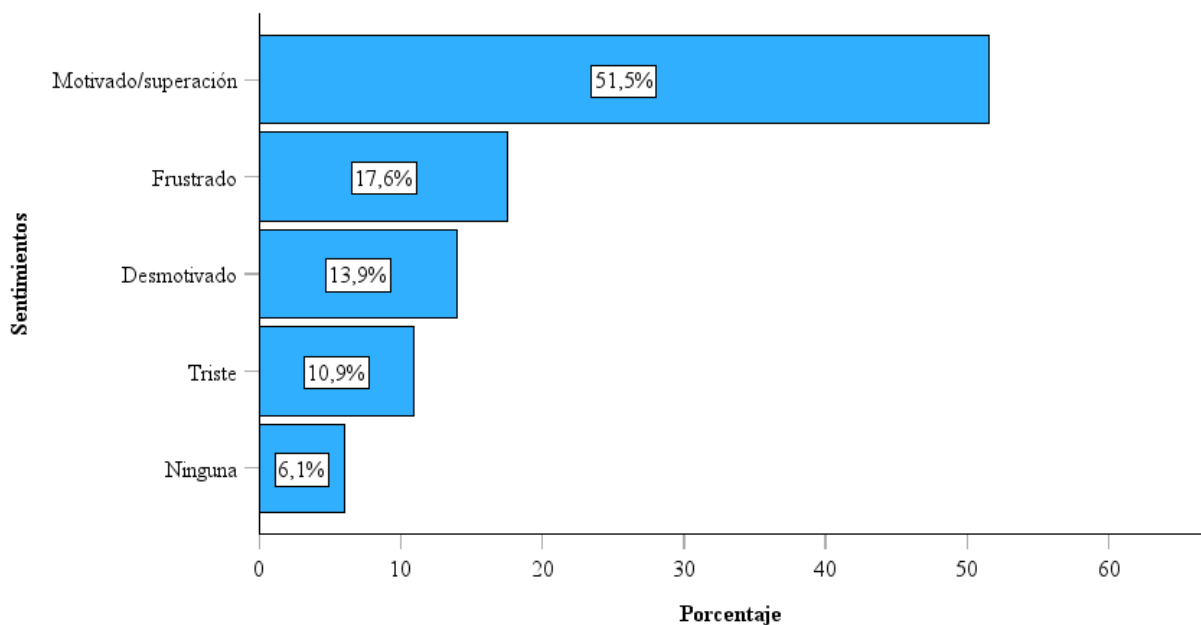
Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De acuerdo con los datos recopilados, se destaca que en el género masculino con un 37,5% se han comparado su porcentaje de grasa corporal con los contenidos de inspiración fitness, el 6,2% en el género femenino y el no binario con un 0,3%. Por otro lado, respecto a la masa muscular el 13,8% en el género masculino, en el femenino un 5,4% y el no binario un 0,3% se han comparado. En cambio, las comparaciones con el abdomen en el género masculino son de un 7,0%, en el género femenino un 6,5% y el no binario 0,3%. En cuanto a sus piernas, en el género masculino se han comparado un 6,5%, en el género femenino un 4,3% y el no binario 0,3%. Respecto a los hombros un 5,1% del género masculino se han comparado, el 1,9% en el género femenino y un 0,3% en el no binario. Finalmente, con relación a la delgadez con un 2,2% en el género femenino se han llegado a comparar y con el 1,9% en el género masculino. Además, con el 1,9% en el género masculino no se han comparado con los contenidos de inspiración fitness, asimismo con un 0,8% en el género femenino. En conclusión, se puede

inferir que, tanto en el género masculino como femenino, existen comparaciones con diversos aspectos de sus cuerpos con los contenidos de inspiración fitness, ya que estos se centran en cuerpos musculosos y tonificados. Además, se debe destacar que la mayoría de género masculino se debe por lo anteriormente mencionado sobre la afluencia en los gimnasios analizados que está conformada más por adolescentes del género masculino en comparación con el femenino y no binario.

Figura 13.

8. *¿Cómo te sientes luego de haberte comparado?*



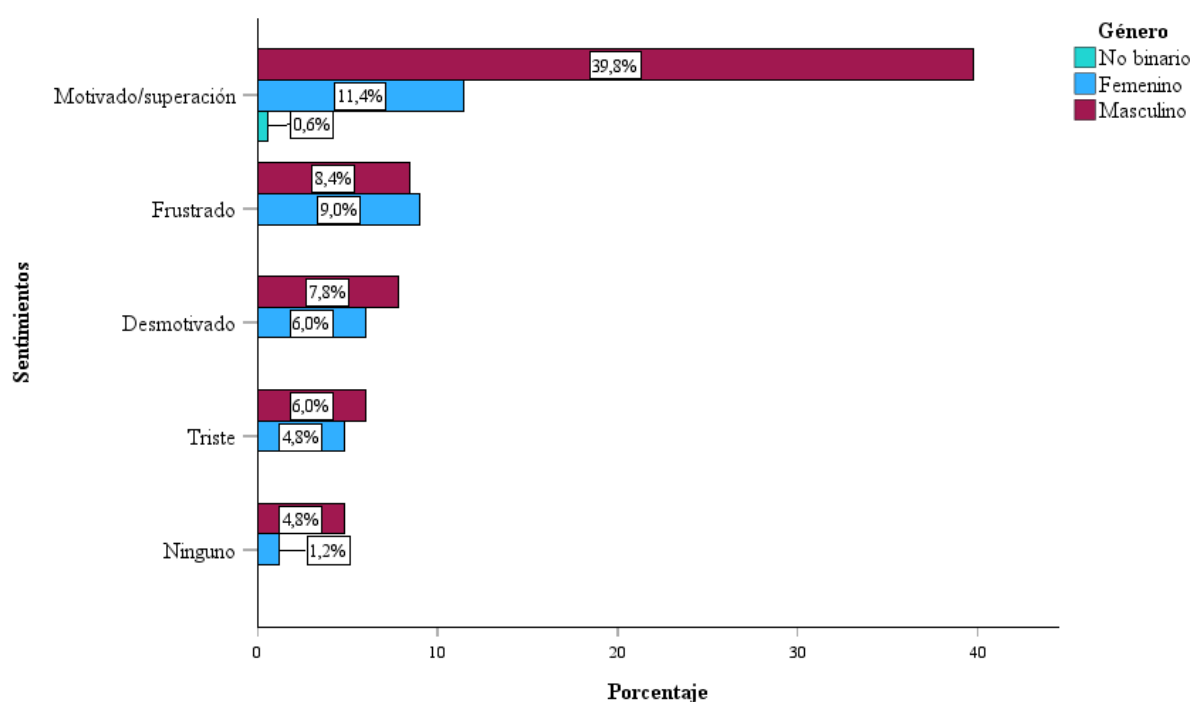
Fuente: Tabla 16.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se observa que un 51,8% de los encuestados se sienten motivados y con un sentimiento de superación luego de haberse comparado, seguido de un 17,6% que manifiesta frustración, un 13,9% se ve desmotivado y un 10,9% triste, respecto a la pregunta anterior que no hubo comparaciones por parte del 6,0% de los adolescentes en este caso esa misma cifra contestó ninguna pues no se han comparado. De esta manera, se puede inferir que después de compararse en varios aspectos de sus cuerpos con los contenidos de inspiración fitness que ven en Instagram, casi la mayoría se sienten motivados e inspirados. No obstante, al considerar todos los sentimientos negativos, se observa que casi la mitad de los adolescentes experimentan estas emociones.

Figura 14.

Sentimientos luego de compararse x Género de los encuestados



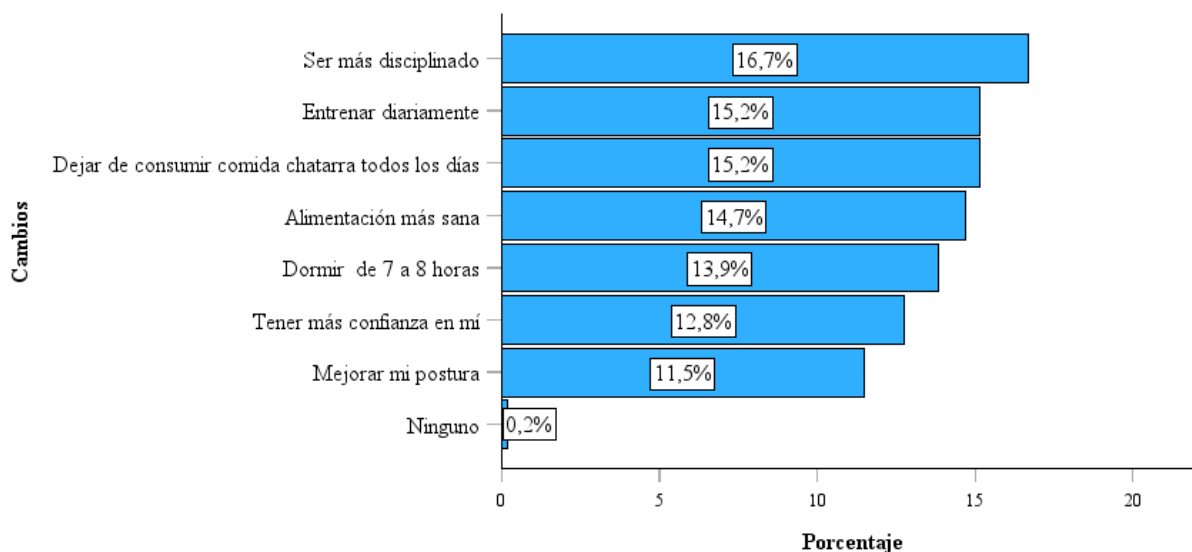
Fuente: Tabla 17.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se observa que, después de compararse con los contenidos de inspiración fitness, el 39,8% del género masculino ha experimentado sentimientos de motivación y superación, seguido por el 11,4% en el género femenino y en el no binario un 0,6%. Por otro lado, el 9,0% del género femenino y el 8,4% del género masculino han experimentado frustración. En cuanto a la desmotivación, el 7,8% del género masculino y el 6,0% del género femenino han sentido este estado. Además, el 6,0% en el género masculino y el 4,8% del género femenino han experimentado sentimientos de tristeza después de la comparación. Finalmente, el 4,8% del género masculino y el 1,2% del género femenino no han experimentado ningún sentimiento en absoluto. En conclusión, tanto el género masculino como femenino ha experimentado una variedad de emociones positivas y negativas luego de comparar su apariencia física con los contenidos de inspiración fitness en Instagram. Sin embargo, el género masculino lidera con un alto porcentaje de motivación y superación.

Figura 15.

9. *¿Qué cambios has realizado en tu vida o en tus hábitos, debido al consumo de inspiración fitness de Instagram?*



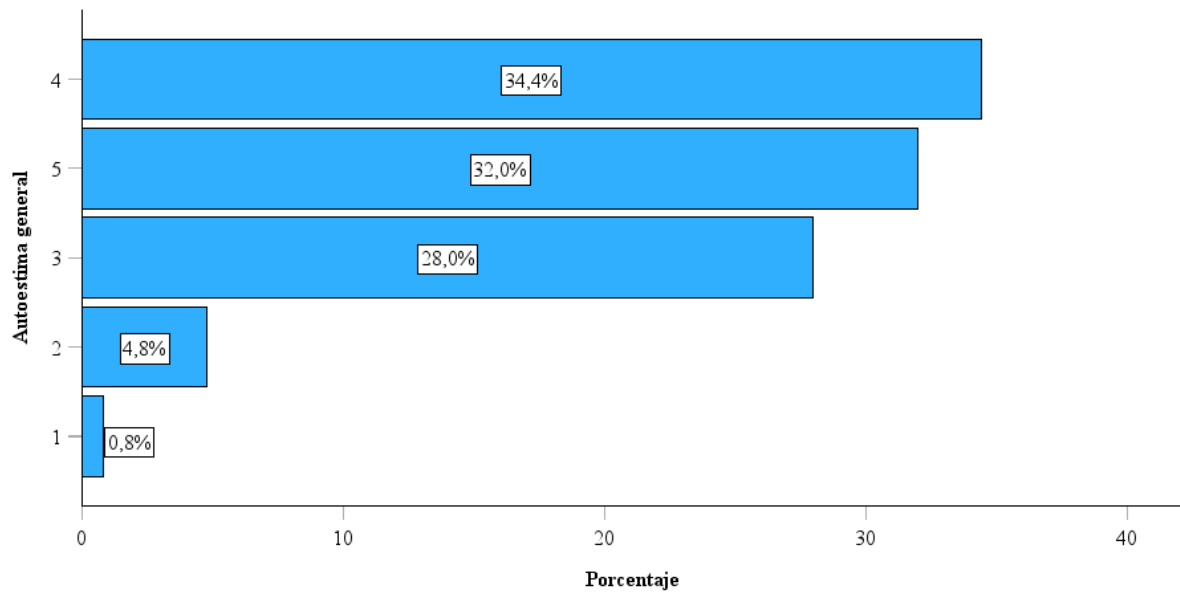
Fuente: Tabla 18.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se evidencia que el 16,7% de los encuestados manifiesta que se han vuelto más disciplinados, seguido de un 15,2% que indican entrenar a diario y dejar de consumir comida chatarra todos los días, el 14,7% de los adolescentes han realizado cambios en su alimentación para que esta sea más sana, el 13,9% duerme de 7 a 8 horas diarias, un 12,8% han empezado a tener más confianza en sí mismos, por otro lado, el 11,5% han mejorado su postura y apenas en 0,2% no ha hecho ningún cambio en sus hábitos. En conclusión, se puede inferir que la mayoría de los adolescentes encuestado han experimentado cambios significativos en sus hábitos como resultado del consumo de contenidos de inspiración fitness, lo que se percibe como un aspecto positivo en sus vidas.

Figura 16.

10. Desde que ves contenido de inspiración fitness ¿Cómo calificarías tu autoestima general?



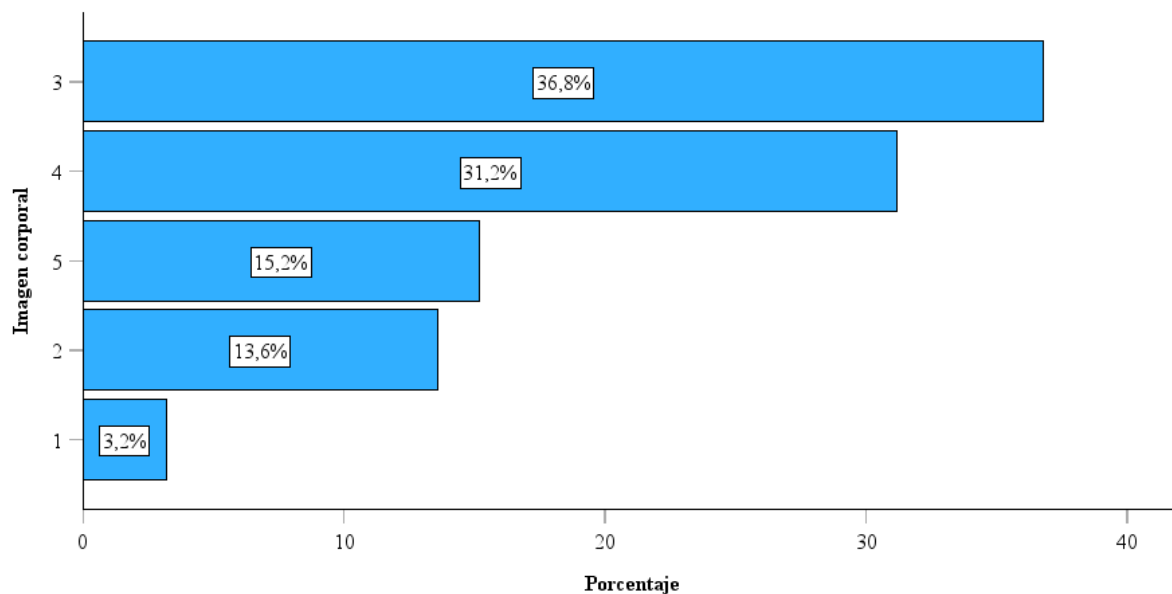
Fuente: Tabla 19.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Una gran parte de los adolescentes, específicamente el 34,4% indican que su nivel de autoestima es del “4” lo que significa que es un término medianamente bueno en relación con su nivel de autoestima, seguido de un 32% que manifiesta un “5” que es un término muy bueno a nivel de su autoestima general, por otro lado está el 28% que indican un “3” lo que indica que los adolescentes están en una posición neutral de acuerdo a su autoestima, un 4,8% manifiesta un “2” que es un nivel bajo y apenas un 0,8% indica un “1” lo que es un término muy bajo con relación a la autoestima. Con estos datos se deduce que los contenidos de inspiración fitness que se comparten en Instagram, inducen en la mejora de la autoestima general de los adolescentes que consumen este contenido.

Figura 17.

11. Desde que ves contenido de inspiración fitness ¿Cómo calificarías tu satisfacción con tu imagen corporal actualmente?



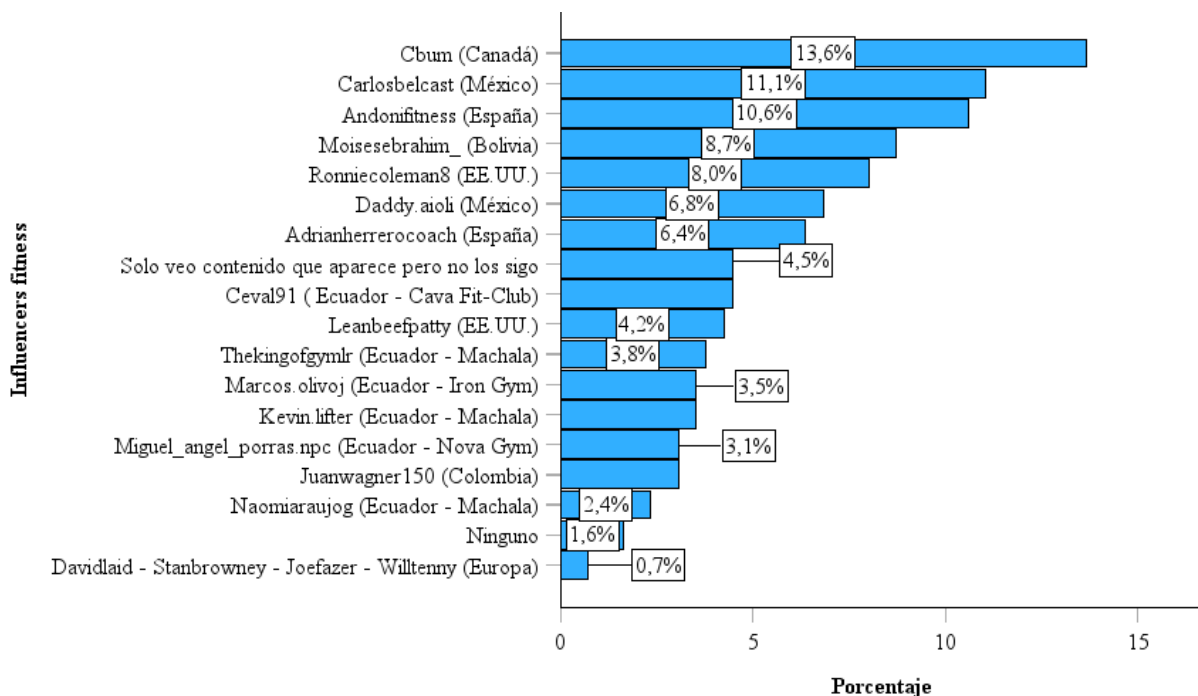
Fuente: Tabla 20.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

La mayoría de los encuestados que es un 36,8%, indican un “3” en el nivel de satisfacción con su imagen corporal, un nivel neutral, seguido de esto un 31,2% manifiesta un “4” en su nivel de satisfacción siendo un valor considerablemente bueno, un 15,2% seleccionó un “5” que es un nivel muy bueno en consideración a la satisfacción corporal, en últimos lugares está el 13,6% que indicó el “2” que es un nivel relativamente bajo y un 3,2% manifestó “1” que significa un nivel muy bajo referente a su nivel de satisfacción de imagen corporal. En conclusión, se inferir que, en comparación con la autoestima, la mayoría de los adolescentes muestran un nivel de satisfacción de su cuerpo situado en un punto neutra, ni particularmente bueno ni malo, al verse expuestos a contenido de inspiración fitness.

Figura 18.

12. ¿A qué influencer que crea contenido de inspiración fitness sigues en Instagram?



Fuente: Tabla 22.

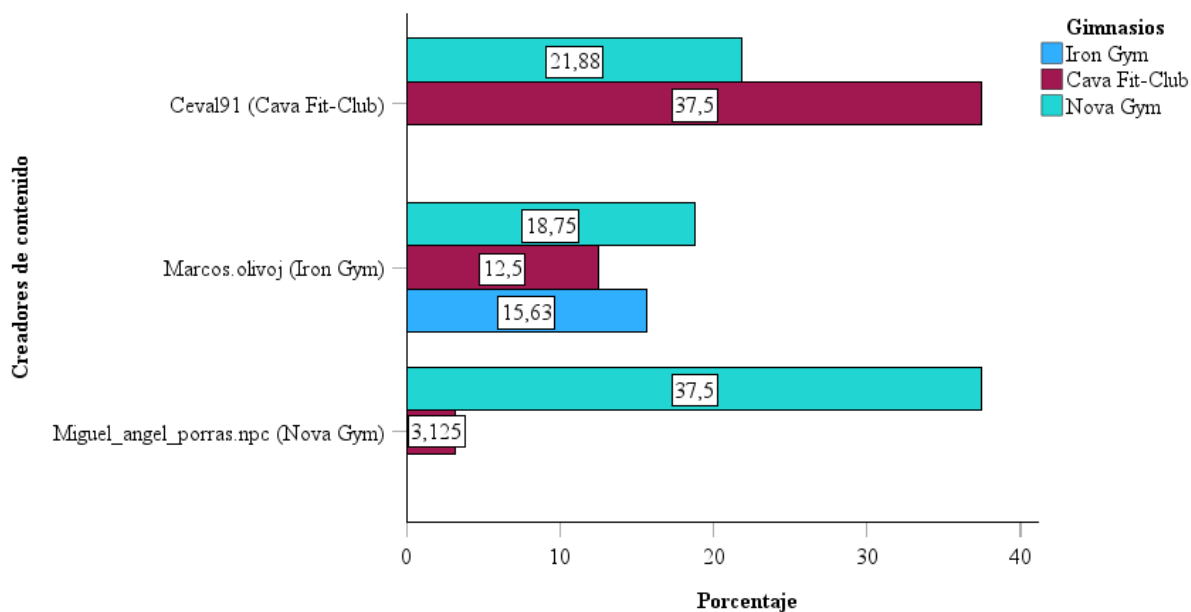
Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se observa que, la persona que ocupa el primer lugar de preferencia por los adolescentes es Cbum (Chris Bumstead) fisicoculturista canadiense con un 13,6%, en segundo lugar, el mexicano Carlosbelcast (Carlos Belcast) con un 11,1% y el español Andonifitness (Andoni Talledo) con un 10,6%. En tercer lugar, de preferencia se encuentra el boliviano Moisebrahim_ (Moises Ebrahim) con un 8,7% de simpatía por parte de los adolescentes y asimismo el estadounidense Ronnicoleman8 (Ronnie Coleman) con el 8,0%. En cuarto lugar, está el mexicano Daddy.aioli con un 6,8% y el español Adrianherrerocoach (Adrián Herrero) con el 6,4%. En el quinto lugar de preferencia de los adolescentes está el ecuatoriano Ceval91 (Cesar Valdez) con el 4,5% y el estadounidense Leanbeefpatty (Lean Beef Patty) con un 4,2%. En el sexto lugar se encuentra el ecuatoriano Thekingofgymlr (Luis Reyes) con un 3,8%, por otro lado, con el 3,5% esta Kevin.lifter (Kevin Brito) y Marcos.olivoj (Marcos Olivo) ambos ecuatorianos. En el octavo lugar está el ecuatoriano Miguel-angel_porras.npc (Miguel Porras) y el colombiano Juanwagner150

(Juan Wangner) con un 3,1%. En el noveno lugar se encuentra el ecuatoriano Naomiaraujog (Naomi Araujo) con el 2,4% de preferencia de los adolescentes. Finalmente, en el décimo y último puesto se sitúan los europeos Davidlaid, Stannbrowney, Joefazer y Willtenny, con tan solo un 0,7% de preferencia. Además, un 4,5% de los encuestados mencionaron que solo ven los contenidos de estas figuras en sus redes, pero no las siguen, mientras que un 1,6% optaron por la opción de ninguno. En conclusión, los resultados muestran que la mayoría de los adolescentes tienen una preferencia por seguir a figuras del fisicoculturismo, personas que poseen cuerpos grandes, musculosos y marcados. Asimismo, de cierta forma estos personajes son admirados por crear contenido de inspiración fitness que comparten en sus cuentas de Instagram, destacando que estos tipos de contenidos puede influir en la vida de este grupo demográfico.

Figura 19.

Creadores de contenido de inspiración fitness de los gimnasios x gimnasio al que asiste



Fuente: Tabla 23.

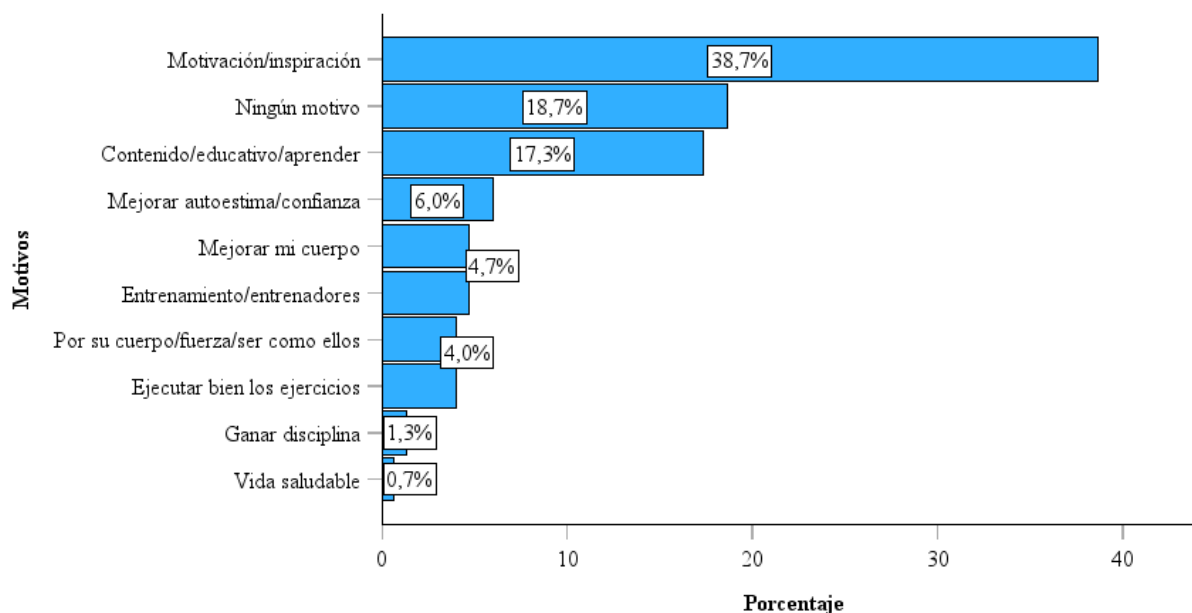
Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De acuerdo con los datos recopilados, se destaca que el 37,5% de los adolescentes que son miembros del gimnasio Cava Fit Club siguen a Ceval91, quien es parte integral de

ese gimnasio. Además, un 12.5% de estos adolescentes siguen a Marcos.olivoj (Iron Gym), mientras que un 3,1% siguen a Miguel_angel_porras.npc (Nova Gym). Por otro lado, los adolescentes que asisten al gimnasio Iron Gym siguen al creador de contenido Miguel_angel_porras.npc (Nova Gym) con un 15,6%. En contraste, con un 37,5% de los que asisten al gimnasio Nova Gym siguen a su propio creador de contenido Miguel_angel_porras.npc, el 21,9% siguen a Ceval91(Cava Fit Club) y con un 18,8% siguen a Marcos.olivoj (Iron Gym). En conclusión, los datos recopilados sugieren que la mayoría de los adolescentes que asisten a Cava Fit Club y Nova Gym prefieren seguir a los creadores asociados con sus respectivos gimnasios. Sin embargo, aquellos que asisten a Iron Gym muestran una tendencia diferente al optar por seguir al influencer de Nova Gym en lugar de su propio creador. Esta discrepancia podría deberse a la poca presencia en línea del influencer de Iron Gym o a la poca influencia ejercida por los contenidos de inspiración fitness de Marcos.olivoj.

Figura 20.

13. *¿Por qué motivo sigues a esos creadores o páginas de inspiración fitness?*



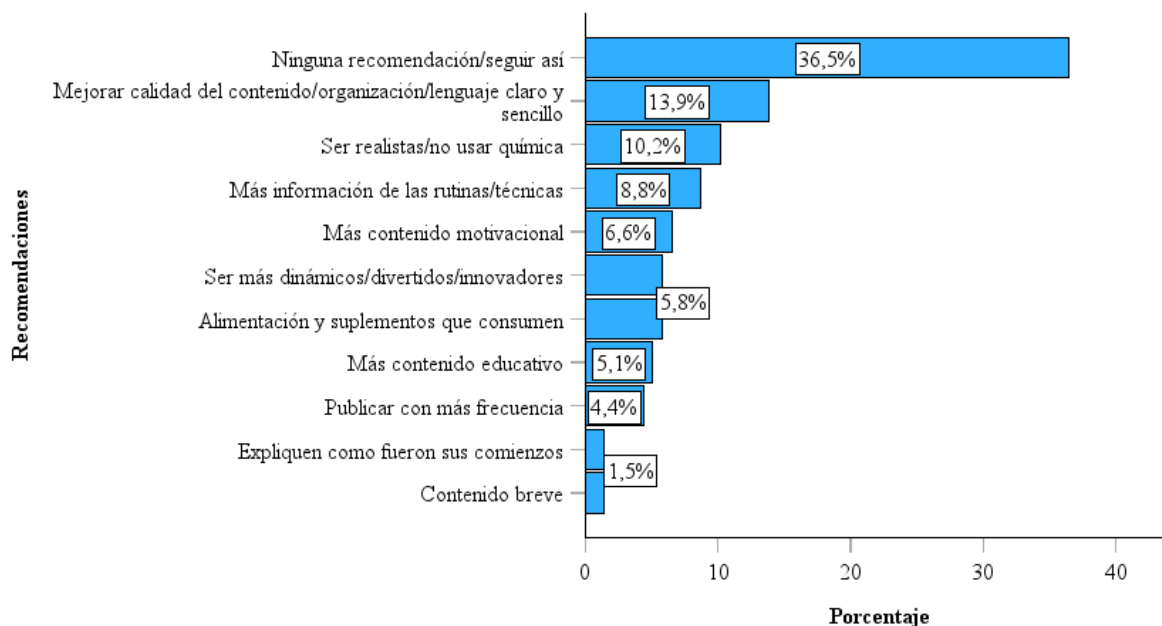
Fuente: Tabla 24.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De los 125 encuestados el 38,7% indicaron que el principal motivo por el que siguen a los creadores de contenido de inspiración fitness es por motivación e inspiración, seguido de un 18,7% correspondiente a ningún motivo, pues dentro de esta opción están aquellos encuestados que solo ven el contenido de estos creadores, pero no los siguen, en tercer lugar con un 17,3% el motivo es por sus contenidos educativos para aprender, en cuarto lugar con el 6,0% para mejorar la autoestima y tener confianza, en quinto lugar con un 4,7% el motivo es por los entrenamientos y para mejorar sus cuerpos. En sexto lugar con el 4,0% siguen a estos creadores de contenido para ejecutar bien los ejercicios, por su cuerpo, fuerza y ser como ellos. En el séptimo lugar con el 1,3% para ganar disciplina y por último con un 0,7% para tener una vida saludable. De esta manera se debe tener en cuenta que el 4,0% de los encuestados mencionan que siguen a estos influencers para ser como ellos, aunque es un porcentaje bajo tiene un gran peso en la influencia de estos adolescentes respecto a su imagen corporal y su autoestima.

Figura 21.

14. ¿Qué recomendaciones darías a estos creadores de contenido de inspiración fitness para mejorar sus publicaciones?



Fuente: Tabla 25.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Se observa que el 36,5% de los encuestados responden que no tienen ninguna recomendación para los creadores de contenido a los que siguen, con un 13,9% sugiere mejorar la calidad de los contenidos, la organización y el uso de un lenguaje claro y sencillo. Además, el 10,2% pide que el contenido sea más realista, lo que sugiere que una parte considerable de los encuestados cree que los creadores no reflejan fielmente lo que muestran en sus publicaciones. Un 8,8% prefiere que los creadores informen más sobre rutinas y técnicas de ejercicios. Por otro lado, el 6,6% recomiendan que se haga más videos motivacionales, mientras que el 5,8% recomiendan que sean dinámicos, divertidos e innovadores, con el mismo 5,8% propone que se proporcione información sobre la alimentación y suplementos que consumen. El 5,1 desea que se comparta más contenido educativo, y con un 4,4% sugieren que se publique con mayor frecuencia. Finalmente, solo un 1,5% solicita explicación sobre los comienzos de la vida fitness de los creadores, preferible en contenidos breves. De esta manera, al sumar todas las recomendaciones de los adolescentes encuestados se puede deducir que hay varios puntos que estos creadores de contenido de inspiración fitness deben implementar en sus publicaciones para captar más la atención de su audiencia.

4.2 Resultados de entrevistas

4.2.1 Resultados de entrevistas a Administradores

La técnica de la entrevista se la aplicó al propietario y administrador César Valdez (de Cava Fit Club), a la Ing. Tatiana León de la Cruz (Iron Gym) y al Lcdo. Luis Arreaga (Nova Gym). Mediante un banco de preguntas semi-estructuradas individuales, se indagó con mayor profundidad las representaciones de “fitspiration” que se promueven en sus páginas de Instagram. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Contenidos de “fitspiration” en las páginas de Instagram de los gimnasios: En los tres gimnasios, los administradores explican que en las páginas de Instagram se centran en el reposteo diario de historias de sus clientes, mostrando las actividades realizadas dentro de los gimnasios. El administrador de Cava Fit Club menciona que el reposteo diario de historias de sus clientes y los contenidos de entrenamientos publicados en el Feed (publicaciones de manera cronológica mostrando fotos, videos y reels compartidos por su cuenta de Instagram) lo hace con el objetivo de inspirar a sus clientes, especialmente a los adolescentes, destacando que se puede lograr un gran cambio si se maneja adecuadamente.

Por otro lado, la administradora de Iron Gym, menciona que el reposteo de historia de sus clientes hace que los adolescentes se sientan reconocidos y parte integral del gimnasio. Además, comenta que las publicaciones en el Feed son informativas, detallando paso a paso las rutinas. También destaca historias reales de personas que han experimentado transformaciones significativas e incluye contenidos humorísticos. Todo esto con el objetivo de motivar y atraer a más clientes en su propio viaje de transformación.

En contraste, el administrador de Nova Gym comenta que aparte del reposteo de historias, los posts que comparte son promociones, anuncios y otras noticias relacionadas con el gimnasio, para interactuar con los clientes.

Cómo son los cuerpos que se promueven en imágenes, videos o reels de contenidos de “fitspiration”: Los administradores señalan que en las redes sociales se puede observar una variedad de contenidos y en ellos personas con transformaciones corporales significativas, destacando cuerpos musculosos definidos y marcado.

Contenidos de “fitspiration” que los adolescentes más consumen y aplican: Los administradores afirman que los adolescentes aplican los contenidos de entrenamiento,

rutinas y consejos publicados en las páginas de sus gimnasios. Observan un nivel de compromiso y participación en los adolescentes por mejorar su apariencia física.

Cambios que se han notado en los adolescentes que aplican el contenido de “fitspiration”: Los administradores comentan que han sido testigos de cambios positivos en los adolescentes que asisten a los gimnasios. Mencionan que muchos de estos adolescentes llegan con baja autoestima, pero con el tiempo experimentan mejoras tanto físicas como mentales y emocionales.

Recomendaciones para los adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de “fitspiration”: El administrador de Cava Fit Club menciona que no crean en todo lo que se ve en las redes sociales. Aunque el cambio sea pequeño y positivo, se debe valorar en lugar de buscar un camino rápido donde pueda causar arrepentimiento. Destaca que el proceso de cambio lleva tiempo, incluso años de alimentación saludable, y enfatiza que la disciplina es clave en este proceso.

La administradora de Iron Gym, por su parte, recomienda que utilicen toda la inspiración que encuentren en las redes sociales como una herramienta para cambiar y obtener un pasatiempo que les ayude tanto física como mentalmente. Además, el administrador de Nova Gym comenta que seguir ese camino no solo implica sentirse seguro físicamente, sino también mentalmente, y que el gimnasio proporciona tranquilidad, siempre y cuando no sea excesivo.

De acuerdo con lo expresado por los administradores, en las páginas de Instagram de los gimnasios, las representaciones de “fitspiration” se centran en personas con cuerpos musculosos, definidos y marcados, quienes llevan a cabo rutinas de ejercicio, historias de transformaciones relacionado con la pérdida de peso, ofrecen consejos, promocionan actividades, anuncian eventos y, ocasionalmente, comparten contenidos humorísticos dentro de los gimnasios. El formato predominante utilizado diariamente y a cada hora por estos gimnasios es el reposteo de historias de los clientes que incluyen selfies, fotografía de sus cuerpos y rutinas de ejercicios, con el objetivo de que los clientes se sientan reconocidos y parte integral del gimnasio. Además, en el Feed de Instagram comparten reels e imágenes adicionales. Basándose en estas premisas, se concluye que las representaciones de “fitspiration” y las estrategias implementadas en las páginas de Instagram de los gimnasios han llegado a inspirar y motivar a los clientes, en especial a los adolescentes, ya que han

observan un nivel positivo en cuanto a la participación y compromiso por mejorar la apariencia física. Se menciona que muchos de los adolescentes llegan con baja autoestima, pero con el tiempo experimentan mejoras tanto físicas como mentales y emocionales. No obstante, los entrevistados son conscientes de que todo lo que se muestra en las redes sociales no es verídico. Advierten que optar por cambios rápidos podría generar arrepentimiento en el futuro. Por ello sugieren que los adolescentes utilicen este tipo de contenido de “fitspiration” como una herramienta para tener pasatiempos que fomenten mejoras en el bienestar físico y mental, siempre y cuando no sea excesivo.

4.2.2 Resultados de entrevistas a Entrenadores

La técnica de la entrevista se la aplicó al entrenador Fernando Mendieta (de Cava Fit Club), a Marcos Olivo (Iron Gym) y a Miguel Ángel Porras (Nova Gym). Mediante un banco de preguntas semi-estructuradas individuales, se indagó con mayor profundidad las representaciones de “fitspiration” que se promueven en las páginas de Instagram de estos entrenadores. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Contenidos de “fitspiration” en las páginas de los entrenadores para adolescentes: El entrenador Fernando Mendieta, menciona que en su cuenta personal suele compartir las rutinas de ejercicios de sus estudiantes mediante historias y fotografías de él mostrando las actividades dentro del gimnasio y su estado físico. Mientras tanto, el entrenador Marcos Olivo y el entrenador Miguel Porras comparten videos de entrenamientos y motivacionales con el objetivo de incentivar a los adolescentes en mejorar su manera de pensar y de ser.

Contenidos de “fitspiration” que los adolescentes más consumen y aplican: Los tres entrenadores mencionan que los adolescentes prefieren aplicar las rutinas de ejercicios y consumir los videos motivacionales.

Cambios que se han notado en los adolescentes que aplican el contenido de “fitspiration”: El entrenador de Cava Fit Club, menciona que los contenidos de inspiración fitness han ayudado a los adolescentes a mejorar técnicas, fuerza y resistencia. Además, observa que, para los chicos, el principal objetivo es ganar masa muscular, mientras que para las chicas es la pérdida de peso, lo cual considera positivo y motivador. Por otro lado, el entrenador de Iron Gym, comenta que sus publicaciones han influido de cierta manera en la obtención de un físico deseado. Por último, el entrenador de Nova Gym, considera que ha

influenciado de manera positiva en los adolescentes, ya que ha evidenciado que ellos interactúan y aprenden con sus contenidos de inspiración fitness.

Comparaciones físicas de los adolescentes con imágenes, videos o reels de inspiración fitness que se encuentran en Instagram: Los tres entrenadores expresaron diversas opiniones sobre las comparaciones físicas de los adolescentes. Fernando Mendieta señala que la inspiración fitness puede tener tanto aspectos positivos como negativos, ya que existe el riesgo de que los adolescentes busquen una manera más fácil y rápida en el hecho de ganar masa muscular con esteroides. Marcos Olivo destacó el espíritu juvenil y cree que eso les hace querer compararse, ser más fuerte y perder peso. Miguel Porras enfatizó que los adolescentes ven estas imágenes y videos como su punto de inspiración, y cree que, si muestran dedicación y disciplina, pueden alcanzar sus objetivos físicos.

Reflexión sobre si los contenidos que comparten pueden tener una influencia negativa en la autoestima de los adolescentes: Los tres entrenadores concuerdan en que los contenidos que publican en Instagram no tienen una influencia negativa en la autoestima de los adolescentes. Argumentan que todo lo que comparten lo hacen con el único propósito de motivar e incentivar a dar el primer paso para asistir a un gimnasio o cualquier centro de actividad. No obstante, son conscientes de que la influencia puede ser negativa dependiendo de a quiénes siguen, debido a los comentarios desfavorables y las críticas.

Como resultado de estas entrevistas, en las páginas de Instagram personales de estos entrenadores, las representaciones de “fitspiration” se centran en sus cuerpos musculosos mientras llevan a cabo rutinas de ejercicios. Sin embargo, hay una excepción con el entrenador Fernando Mendieta, quien únicamente suele mostrar rutinas de ejercicio de sus estudiantes mediante las historias. Además de las rutinas de ejercicio, comparten entrenamientos y videos motivacionales para inspirar a los adolescentes a mejorar su mentalidad y estilo de vida. En cuanto a los formatos utilizados, se emplean fotografías, historias, videos y reels. Los entrenadores consideran que al interactuar y aprender de estos contenidos de “fitspiration”, los adolescentes han mejorado positivamente en sus técnicas de ejercicios, obteniendo fuerza, resistencia, ganando masa muscular y perdiendo peso. Por otra parte, reconocen que estos contenidos pueden tener aspectos negativos. Existe el riesgo de que los adolescentes, se comparese y busquen formas más fácil y rápida de alcanzar resultados, como el uso de esteroides para ganar masa muscular o la recepción de comentarios

desfavorables y críticas. A pesar de la posibilidad de impactos negativos, los entrenadores consideran que los contenidos publicados en sus páginas de Instagram no influyen negativamente la autoestima. Por el contrario, afirman que todo lo que publican lo hacen con el único objetivo de motivar e incentivar a los adolescentes a dar ese primer paso para asistir a un gimnasio o cualquier centro de actividad.

4.2.3 Resultado de entrevista a Influencer Internacional

Se aplicó la técnica de entrevista al influencer y preparador físico Juan Wagner, originario de Colombia. Actualmente, cuenta con 461 mil seguidores en su página de Instagram: @juanwagner150, resultados de casi dos años dedicados a la creación de contenidos relacionados con el fitness. Además, también genera contenidos en las plataformas como TikTok y YouTube. Wagner destaca la importancia de un proceso continuo en la transformación de contenidos, buscando constantemente diferentes formatos y formas de comunicar un mensaje que aporte valor. Para explorar más a fondo las representaciones de "fitspiration" promovidas en su página de Instagram, se llevó a cabo una entrevista mediante la plataforma de Zoom utilizando un banco de preguntas semi-estructuradas. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Contenidos de “fitspiration” que comparte en Instagram: El influencer menciona que los contenidos que comparte en su página de Instagram incluyen correcciones de ejercicios, métodos de entrenamiento, recetas, información sobre cómo bajar de peso y aumentar masa muscular, selfies de él mismo mostrando una sonrisa incluyendo citas de la Biblia o mensajes que surgen en el momento, así como tips y consejos con el objetivo principal de ayudar a la mayor cantidad de personas posibles para que consigan una manera más saludable mediante los videos.

Cómo son los cuerpos que se promueven en imágenes, videos o reels de contenidos de “fitspiration”: El influencer señala que la decisión de que consumir es individual. Sin embargo, observa que lo que tiende a volverse viral son cuerpos con porcentajes bajos en grasas y con mayor cantidad de masa muscular. Además, el entrevistado destaca que casi no suele mostrar su estado físico y prefiere promover contenidos sobre la salud, entrenamientos y alimentación.

Imágenes erradas que se pueden estar promocionando en adolescentes con el contenido de “fitspiration”: El influencer comenta que en las redes sociales se promueven muchas cosas no saludables, lo cual le preocupa debido al posible impacto en el desarrollo de los adolescentes. Además, advierte sobre la importancia de ser cauteloso y sabios al consumir contenidos en redes sociales, ya que muchas personas no son transparentes con lo que publica y hace.

Como se aborda las conversaciones con los adolescentes en Instagram: El influencer expresa que le sorprende bastante recibir mensajes positivos de sus seguidores y adolescentes, quienes a menudo le mencionan su agradecimiento por los contenidos que publica. Además, comenta que en ocasiones recibe mensajes de personas con depresión que le cuentan sus problemas, y él les brinda palabras de ayuda y los motiva para que se sientan un poco más tranquilos. Considera que ha logrado impactar positivamente en la vida de las personas. Por otro lado, los adolescentes le han comunicado que los consejos les han sido útil y han llegado a ver buenos resultados o han lograron progresar en un ejercicio específico. Se siente muy contento por eso.

De acuerdo con lo mencionado por el entrevistado, en cuanto a las representaciones de cuerpos que promocionan los contenidos de "fitspiration", el influencer observa una tendencia hacia cuerpos con bajos niveles de grasa y mayor masa muscular, considerados virales en las redes sociales. Sin embargo, él prefiere no resaltar demasiado su estado físico, optando por promover contenidos centrados en la salud, método de entrenamiento, correcciones de ejercicios, recetas alimenticias, consejos sobre pérdida de peso y aumento de masa muscular, junto con selfies de él sonrientes ocasionalmente acompañados de citas bíblicas u otros mensajes inspiradores. El formato predominante utilizado en su página de Instagram son los reels, con el objetivo de promover un estilo de vida saludable, lo cual ha generado comentarios de agradecimiento de adolescentes que han obtenido resultados positivos en sus ejercicios. Asimismo, se reconoce que la decisión de qué consumir recae en el individuo, y se advierte sobre la promoción de contenido poco saludable en las redes sociales, lo cual puede impactar negativamente en el desarrollo de los adolescentes. Por lo tanto, se destaca la importancia de ser cautelosos y selectivos al elegir que contenidos consumir.

4.2.4 Resultado de entrevista al creador de contenido de Cava Fit Club

Se aplicó la técnica de entrevista al creador de contenido y entrenador profesional, César Valdez, quien trabaja en el gimnasio Cava Fit Club. Valdez es un reconocido atleta de fisicoculturismo en la categoría Classic Physique y su amplia experiencia a nivel nacional en este campo. Sus logros incluyen medallas en eventos como el MR EC CLASSIC en los años 2017, 2018 y 2019 en Ecuador, así como en el C. CLASICO SUD17 en Argentina y Países Bajos, y en el C. CLASICO OVERALL SUD. Con una base de seguidores en Instagram, actualmente cuenta con 3432 seguidores. Su trayectoria como creador de contenido comenzó en 2014, aunque menciona que ha requerido de muchos años para equilibrar su trabajo, entrenamiento y participación en competiciones. Para explorar más a fondo las representaciones de "fitspiration" promovidas en su página de Instagram, se llevó a cabo una entrevista mediante la plataforma de Zoom utilizando un banco de preguntas semi-estructuradas. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Contenidos de “fitspiration” que comparte en Instagram: El creador de contenido menciona que los contenidos que comparte en su página de Instagram incluyen entrenamientos, temas de competencias, fisicoculturismo y entrenamiento, utilizando reels, historias y fotos. A pesar de que no se considera como un creador de contenido top debido a su poca frecuencia de publicación, pero su objetivo es inspirar y motivar a su audiencia, especialmente a los adolescentes, para que encuentren un estímulo en sus publicaciones y trabajen en mejorar tanto física como mentalmente.

Cómo son los cuerpos que se promueven en imágenes, videos o reels de contenidos de “fitspiration”: El creador de contenido señala que la mayoría son cuerpos que se ven musculosos y hábiles físicamente por el entrenamiento, considera que hay muchas personas que realmente viven de eso toda su vida para mantener ese estado físico, por un motivo que tal vez después no valga la pena porque siempre estará en juego la salud.

Imágenes erradas que se pueden estar promocionando en adolescentes con el contenido de “fitspiration”: El creador de contenido comenta que realmente puede que se estén promocionando imágenes erradas, ya que muchos competidores recurren al consumo de sustancias y eso viene hacer un gran problema en la salud, sobre todo en los adolescentes que constantemente piensan en ser uno de esos competidores. Por lo tanto, sugiere a influencers que se centren en promover cosas que valgan la pena y no solo se enfoque en

promocionar suplementos, dietas que no van acorde con todas las personas e incluso el consumo de esteroides. Además, aconseja a los adolescentes que no se dejen llevar por este tipo de contenidos y que asistan al gimnasio para mejorar sus emociones y elevar la autoestima.

Como se aborda las conversaciones con los adolescentes en Instagram: El creador de contenido explica que en los mensajes con los adolescentes siempre ha tratado de dar informaciones cortas, motivacionales y sobre todo destacando la disciplina.

Según lo expresado por el entrevistado, en su página de Instagram, las representaciones de “fitspiration” se enfoca en mostrar su cuerpo musculoso durante sus entrenamientos en el gimnasio, destacando la predominancia de este tipo de cuerpo. El entrevistado señala que muchas de las personas representadas en la “fitspiration” dedican su vida a mantener ese estado físico y en algunos casos sacrificando su salud en el proceso. Además, aborda temas relacionados con entrenamientos, competencias y fisicoculturismo. Aunque no proporciona detalles específicos sobre los contenidos, su principal objetivo es inspirar y motivar a su audiencia, especialmente a los adolescentes, para que trabajen en mejorar tanto física como mentalmente a través de este tipo de publicaciones. En cuanto a los formatos empleados en su página de Instagram, son reels, historias y fotografías. Esto le ha permitido entablar conversaciones con adolescentes a través de la red social, ofreciendo información concisa, motivacional y, sobre todo, resaltando la importancia de la disciplina para lograr resultados positivos. También se reconoce que los contenidos de “fitspiration” podrían tener percusiones negativas, ya que a menudo se promocionan suplementos, esteroides y dietas que no son adecuadas para todos. Por este motivo, el creador de contenido aconseja que no se dejen influenciar fácilmente por este tipo de contenido y sugiere que, en su lugar, asistan al gimnasio para mejorar su bienestar emocional y aumentar su autoestima.

4.2.5 Resultado de entrevista a experto Nutricionista en dietética y estética

Se aplicó la técnica de entrevista a un experto en nutrición en dietética y estética, el licenciado Mario Ariza, actualmente, posee una maestría en nutrición deportiva y cuenta con la certificación internacional ISAK nivel 2, siendo el único profesional en la provincia de El Oro con esta certificación. Además, posee dos cuentas activas en Instagram: @nutrimarioarizan y @nutrisportmch. Sin embargo, la cuenta @nutrisportmch la utiliza principalmente para compartir contenido de “fitspiración”, ya que pertenece a su gimnasio, el cual lleva un año y medio de funcionamiento. Mediante la plataforma Zoom y un banco de preguntas semi-estructuradas, se indagó con mayor profundidad las representaciones de “fitspiration” que se promueven en la página de Instagram. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Contenidos de “fitspiration” que comparte en Instagram: El experto en nutrición en dietética y estética comenta que comparte casos registrados de personas que han logrado perder peso con extremo cuidado, siendo responsable tanto en la alimentación como en el ejercicio. Además, menciona que comparte información sobre alimentación saludable que incluyen las principales fuentes de alimentos, en dónde se puede conseguir alimentos ricos en grasas, proteínas y carbohidratos. Y rutinas de ejercicio para prevenir lesiones y garantizar que la audiencia obtenga buenos resultados.

Selección de las imágenes y videos que se publica para los adolescentes: El nutricionista menciona que se enfoca en publicar contenidos que llamen la atención a los adolescentes. Expresa que estos suelen inspirarse con imágenes o videos cómicos relacionadas al gimnasio, así como con frases que contengan información relevante.

Contenidos de “fitspiration” que prefieren los adolescentes: El nutricionista señala que los adolescentes prefieren ver todos los contenidos de “fitspiration”. Destaca que su principal función es enseñar la importancia de una alimentación adecuada.

Efectos o consecuencias que puede generar la “fitspiration” en adolescentes en los hábitos alimenticios: El nutricionista hace mención que la "fitspiration" puede tener efectos significativos en los hábitos alimenticios de los adolescentes. Comenta que muchos de ellos llegan expresando haber visto ciertos contenidos en Instagram, preguntando si está bien o mal. El profesional responde que la respuesta depende del metabolismo de la persona,

sus rutinas y actividades, entre otros factores. Además, destaca que las redes sociales tienen un gran impacto en diversos aspectos de la vida actualmente.

Recomendaciones para los adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de “fitspiration”: El nutricionista enfatiza la importancia de cuidar la alimentación porque eso es lo que van a hacer todos los días, alimentarse, ya que si no lo hacen bien no van a tener buenos resultados tanto en la parte física como en la salud.

De acuerdo con lo expresado por el nutricionista, en su página de Instagram las representaciones de “fitspiration” se centran en casos registrados de personas que han logrado perder peso con cuidado extremo, así como información sobre alimentación saludable, que abarca las principales fuentes de alimentos y en dónde encontrar alimentos ricos en grasas, proteínas y carbohidratos. También proporciona rutinas de ejercicios diseñadas para prevenir lesiones y contenidos humorísticos relacionadas con el fitness, dirigidos a todos sus seguidores en especial a los adolescentes, utilizando imágenes, videos y reels para inspirarlos. Además, se destaca que la “fitspiration” puede influir significativamente en los hábitos alimenticios de los adolescentes, ya que muchos de ellos consultan al nutricionista después de haber visto contenidos en Instagram y en TikTok, preguntándose si esas prácticas son saludables o no. La respuesta a esta pregunta depende de factores como el metabolismo de cada individuo, sus rutinas, actividades y alimentación, entre otros. El nutricionista enfatiza el gran impacto que las redes sociales tienen en diversos aspectos de vida actualmente y subraya la importancia de cuidar la alimentación como una actividad diaria fundamental para el bienestar. Advierte que, si no se hace correctamente, puede tener consecuencias negativamente tanto para la salud como para los resultados físicos. Por lo tanto, es crucial prestar atención a lo que se consume para garantizar un buen estado de salud y un rendimiento óptimo en el ejercicio físico.

4.2.6 Resultado de entrevista a Experto en Psicología Deportiva

Se aplicó la técnica de entrevista a un experto en Psicología, el licenciado Steward Vázquez, ha realizado varios estudios sobre la psicología deportiva, ha formado parte en el área de psicología en Orense Sporting Club y actualmente trabaja en el Ministerio de Salud Pública como psicólogo clínico. Mediante la plataforma Zoom y un banco de preguntas semi-estructuradas, se indagó con mayor profundidad como estas representaciones de “fitspiration” en Instagram influyen en la autoestima de los adolescentes. Al respecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Influencia de “fitspiration” en redes sociales en la autoestima de los adolescentes: El psicólogo destacan que la inspiración fitness ejerce una gran atención en los adolescentes, considerándola como un vínculo directo entre los estímulos y los objetivos individuales de cada persona. Menciona que estos mensajes también actúan de manera preventiva, fomentando un estilo de vida saludable. Además, señala que quienes mantienen una práctica constante de fitness experimentan beneficios como la liberación de estrés y la canalización de emociones, aunque a veces puedan sentir desánimo al principio. Destaca que la vida saludable y activa, promovida por estos mensajes, busca impactar positivamente la autoestima y el amor propio de los adolescentes, así como mantener sus mentes ocupadas y alejadas de hábitos perjudiciales. El psicólogo sugiere que el contenido que se consume en redes sociales refleja los intereses personales de cada individuo, destacando la importancia de buscar y seguir contenido que promueva hábitos saludables y motivación fitness para obtener beneficios emocionales y físicos positivos.

Efectos o consecuencias que se pueden generar en adolescentes la “fitspiration” de Instagram: El psicólogo señala que la falta de tolerancia a la frustración y al esfuerzo para alcanzar objetivos propios puede llevar a desarrollar trastornos. Destaca que eso puede tener consecuencias negativas, ya que puede interferir con las actividades cotidianas de los adolescentes. Aunque el ejercicio es saludable, subraya la importancia de mantener un equilibrio en todas las áreas de la vida, ya que algunas personas pueden enfocarse exclusivamente en el gimnasio y descuidar otros aspectos. Por tanto, enfatiza la necesidad de gestionar adecuadamente estas actividades para mantener un bienestar integral.

Recomendaciones a los adolescentes que siguen contenidos de “fitspiration” en Instagram: El psicólogo sugiere que los adolescentes deben ser capaces de identificar la

verdadera finalidad de los contenidos de inspiración fitness en Instagram. Destaca que esos contenidos son motivacionales y pueden llevar a hábitos saludables, siempre y cuando se entienda que la salud implica canalizar emociones e ideas de manera regularizada y que el esfuerzo conlleva a logros positivos a corto, mediano o largo plazo. Además, recomienda también que establezcan un plan estratégico que responda a preguntas como ¿dónde quiero llegar?, ¿cómo lo voy a lograr?, y ¿en qué tiempo y espacio? Asimismo, enfatiza la importancia de contar con redes de apoyo, como grupos de amistades que compartan ideas positivas y objetivos similares en cuanto a la búsqueda de un estilo de vida saludable.

Recomendaciones a influencer y entrenadores que publican activamente contenido de “fitspiration” en sus redes sociales: El psicólogo menciona que toda publicidad, imagen o videos que se vayan a emitir logren obtener un mensaje de motivación. Además, enfatiza que cada usuario incluyendo a los adolescentes que se adhiera a este tipo de vida sea bien guiados, empoderados, valorados cada día y siempre manejen un alto autoestima en ellos, ya que la salud mental es parte fundamental en cuanto a la inspiración.

Tras la entrevista con el experto en psicología, se reconoce que las representaciones de “fitspiration” en contenidos compartidos en Instagram y otras plataformas ejerce una notable influencia en los adolescentes que pueden discernir la verdadera intención detrás de estos mensajes. Estos contenidos como medidas preventivas, alentando la adopción de un estilo de vida saludable y la participación constante en actividades de fitness. Se enfatiza que esta participación puede tener beneficios adicionales, como la reducción del estrés y la gestión emocional, siempre y cuando se elija seguir contenido que promueva hábitos saludables y motivación positiva. Sin embargo, se señala que la tolerancia a la frustración y al esfuerzo por alcanzar objetivos puede llevar al desarrollo de trastornos, lo que puede afectar las actividades diarias. Por esta razón, el psicólogo recomienda que todos establezcan un plan estratégico respondiendo preguntas clave: ¿Dónde quiero llegar?, ¿Cómo lo voy a lograr?, y ¿Qué tiempo y espacio? Además, se resalta la importancia de contar con sólidas redes de apoyo, como grupos de amigos que compartan ideas positivas y objetivos similares en la búsqueda de un estilo de vida saludable, fomentando así un alto nivel de autoestima y amor propio.

4.3 Resultado del análisis a los contenidos de “fitspiration” en las cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios estudiados

Este análisis permitió dar seguimiento durante una semana del mes de febrero los contenidos de “fitspiration” compartidos en la cuenta de Instagram de los creadores de contenido de los tres gimnasios seleccionados. Entre estos creadores de contenido se encuentran César Valdez (de Cava Fit Club), Marcos Olivo (Iron Gym) y Miguel Porras (Nova Gym) quienes fueron mencionados por los adolescentes que frecuentan estos gimnasios y forman parte de su base de seguidores. Se evaluaron las siguientes categorías: temas de las publicaciones, formatos empleados, tipos de contenidos de “fitspiration”, imagen corporal promovida, frecuencia de las publicaciones y el impacto en las interacciones.

Tabla 27.

Cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios estudiados

| Creadores de contenido | Cuentas en Instagram | Fecha de seguimiento | N° de publicaciones |
|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| César Valdez | @ceval91 | 05/02/2024 – 10/02/2024 | 2 |
| Marcos Olivo | @marcos.olivoj | 05/02/2024 – 10/02/2024 | 3 |
| Miguel Porras | @miguel_angel_porras.npc | 19/02/2024 – 24/02/2024 | 4 |

Fuente: Tabla 26.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

De acuerdo con la información proporcionada, se observa una escasa presencia de contenido de “fitspiration” e interacciones en la cuenta de Instagram de los creadores de contenido César Valdez, Marcos Olivo y Miguel Porras. La frecuencia de estas publicaciones oscila entre 2 y 4 por semana. Además, se nota una falta de variedad en los contenidos de las publicaciones que realizan. Mayormente, las representaciones de “fitspiration” se centran en sus cuerpos musculosos realizando ejercicios en las máquinas de los gimnasios, así como fotografías de sus cuerpos, sin un tema específico o una descripción que busque informar y motivar a los usuarios, aunque utilizan formatos tales como: reels, historias y fotografías, la

falta de contenido relevante de estos formatos contribuyen a la baja participación, compromiso de los seguidores y dificulta comprender el verdadero impacto de los contenidos. Mediante lo antes expuesto, se destaca la necesidad de profundizar los contenidos de “fitspiration”, proporcionar información significativa y fomentar una comunicación más activa con la audiencia para aumentar el engagement e implicación en la cuenta de Instagram de los influencer.

4.4 Discusiones

Una vez efectuado el análisis y estudio de las encuestas, entrevistas y análisis de contenido, sobre la influencia de la “fitspiration” de Instagram en adolescentes que asisten a los gimnasios de estudio, se identificó aspectos importantes tales como:

Según lo planteado por Barnes et al. (2023) indica que “Fitspiration no presenta predominantemente el ideal de cuerpo delgado, sino más bien un “ideal en forma”, caracterizado por un físico delgado, pero tonificado y musculoso” (p. 2) lo que manifiesta un cambio de perspectiva sobre este término. Coincidiendo con el autor, los administradores de los gimnasios de estudio, indican que, en sus páginas de Instagram, las representaciones de “fitspiration” se centran en personas con cuerpos musculosos, definidos y marcados; de igual forma los entrenadores de estos gimnasios muestran las representaciones de la “fitspiration” al centrar sus publicaciones en cuerpos musculosos; el influencer internacional, Juan Wagner, comparte este concepto pues ha visto una inclinación o tendencia hacia los cuerpos con bajos niveles de grasa y mayor masa muscular, algo que últimamente se ha hecho viral en redes sociales; por parte del creador de contenido local, César Valdez, se aprecia las representaciones de la “fitspiration” al mostrar su cuerpo musculoso y definido en sus publicaciones.

Este tipo de contenido busca inspirar a las personas a adoptar un estilo de vida más saludable a través del ejercicio y una dieta equilibrada (Prichard et al., 2020) de acuerdo con este concepto, el nutricionista Mario Ariza promueve representaciones de “fitspiration” donde se aprecia casos de personas que han logrado perder peso con un cuidado extremo por parte del especialista, así como información sobre alimentación saludable, promoviendo un estilo de vida más sano. Cambiando al punto de vista psicológico, el licenciado Steward

Vázquez, reconoce que las representaciones de la “fitspiration” en contenidos compartidos en Instagram ejerce una notable influencia en los adolescentes.

La mayoría de los adolescentes encuestados consideran que los cuerpos que más se promueven en los contenidos de la “fitspiration” de Instagram son musculosos, tonificados y con porcentajes de grasa bajos, lo que mantiene en concordancia lo planteado por Barnes y otros autores. Con respecto al análisis de contenido de los creadores de contenido se observó que ellos se centran en difundir contenido sobre sus cuerpos musculosos, acompañado de sus rutinas con el fin de motivar a sus espectadores, mostrando que un cuerpo, sano y fuerte se ve de esa manera.

Se concuerda con autores como Raggatt et al. (2018) donde se hace mención que la “fitspiration” sirve de motivación para realizar actividad física y llevar una dieta más equilibrada, encaminada al bienestar general. Pues los administradores de los gimnasios ponen en manifiesto que las estrategias implementadas en sus páginas de Instagram, inspiran y motivan a sus clientes, en especial a los adolescentes, ya que han observado un impacto positivo en cuanto a la participación y compromiso por mejorar su apariencia física; en cuanto a los entrenadores, estos indican que al interactuar y aprender de los contenidos de “fitspiration”, los adolescentes mejoran positivamente en sus técnicas de ejercicio, ganando más fuerza, resistencia, masa muscular y perdiendo peso. Dentro de la opinión de los expertos, el nutricionista Mario Ariza señala que la “fitspiration puede influir significativamente en los hábitos alimenticios de los adolescentes, pues muchos de ellos le consultan sobre ciertos contenidos que ven en Instagram y otras redes sociales. Respecto al psicólogo Steward Vázquez, este menciona que los contenidos de la “fitspiration” sirven como medidas preventivas, alentando la adopción de un estilo de vida saludable y la participación constante en actividades fitness.

Por su parte la mayoría de los encuestados se sienten más motivados e inspirados y con más conocimiento sobre el fitness luego de ver contenidos de la “fitspiration”, por lo que se puede inferir que hay un impacto positivo en los adolescentes que es producido al ver este tipo de contenidos de inspiración fitness.

Dentro de los impactos negativos, se habla de la imagen corporal como comparaciones negativas del propio cuerpo con el de las imágenes de “fitspiration”, el estado

de ánimo que puede generar frustración, decepción y presión en los seguidores de estos contenidos, así como la disminución de la autoestima (Barnes et al., 2023; García Otero, 2022; Tiggemann y Zaccardo, 2015). De acuerdo con estos autores, el influencer internacional Juan Wagner, mantiene que la promoción de contenido poco saludable que hay en redes sociales puede impactar negativamente en el desarrollo de los adolescentes. De igual forma el influencer local, César Valdez, destaca que estos contenidos pueden tener repercusiones negativas, pues a menudo se promocionan suplementos, esteroides y dietas que no son adecuadas para todos.

Con respecto a los encuestados, un segmento considera que se genera obsesión corporal; frustración e inseguridad sobre su cuerpo; mala ejecución de ejercicios y lesiones; desinformación; y desmotivación.

De igual forma la mayoría de los encuestados ha hecho comparaciones de su propio cuerpo con el contenido de “fitspiration” que ve en Instagram, donde la comparación que más predomina es en el porcentaje de grasa corporal, seguido de la masa muscular, lo que reafirma que las representaciones de la “fitspiration” se basan en cuerpos con un porcentaje de grasa bajo y musculoso. De acuerdo a este contexto, se concuerda con Chasler (2016) que indica que los contenidos de “fitspiration”, exponen un cuerpo marcado, que sea delgado, pero que tenga músculo, presionando a los adolescentes a cumplir con el requisito de tener un índice de grasa corporal bajo.

Por otra parte, al analizar el contenido de los creadores de contenido de cada gimnasio se aprecia una falta de contenido relevante y poca constancia en sus publicaciones, lo que genera una baja participación de sus seguidores, dificultando la comprensión del verdadero impacto de los contenidos.

También se identifica que luego de las comparaciones, un poco más de la mitad de los encuestados se sienten motivados, lo que reafirma el concepto de “Motivación para hacer ejercicio y comer de manera saludable, acceso a ideas de ejercicio y ser parte de una comunidad en línea” (Raggatt et al., 2018, p. 9); pero a su vez un 10% menos de la mitad se sienten frustrados, desmotivados y tristes, presentando concordancia por lo expuesto por Jerónimo y Carraça (2022) quienes concluyen que los efectos de consumir contenido de inspiración fitness, pese a la finalidad de “inspirar y motivar” puede producir problemas

graves e irreparables en la apariencia física y el estado mental, afectando a los adolescentes, quienes aún no tienen un criterio completamente formado.

Respecto a los cambios de hábitos que han realizado los adolescentes al consumir contenidos de “fitspiration” en la encuesta se indicaron aspectos positivos como: ser más disciplinados, entrenar diariamente, dejar de consumir comida chatarra todos los días, alimentación más sana, dormir de 7 a 8 horas, tener más confianza en sí mismos y mejorarla postura; lo que contrasta lo ya expuesto por Prichard et al. (2020) que indican que el contenido de “fitspiration” impulsa a los espectadores a ser más activos, practicar ejercicio y comer de manera más equilibrada. Los entrenadores entrevistados manifiestan que los contenidos de “inspiración fitness” han ayudado a los adolescentes a mejorar técnicas, fuerza, resistencia y alcanzar su físico deseado; por otra parte, el influencer internacional, Juan Wagner, habla sobre un impacto positivo en la vida de sus seguidores, pues ellos mismo le han comunicado que los consejos que brinda son útiles y han visto buenos resultados. Mientras que el influencer local, César Valdez, busca motivar, inspirar a su audiencia, especialmente a jóvenes, para que trabajen en mejorar tanto su físico como su mente.

Por parte de los expertos entrevistados, el nutricionista, Mario Ariza, indica que puede haber efectos significativos en los hábitos alimenticios de los adolescentes, pues muchos de ellos han llegado en busca de su opinión profesional, luego de haber visto contenido de “fitspiration” enfocado en alimentación, preguntando si está bien o mal. Dentro del campo psicológico, el licenciado Steward Vázquez expone que los mensajes que se promueven en el contenido de inspiración fitness actúan de manera preventiva, fomentando un estilo de vida saludable.

Se discierne acerca de que la exposición constante a imágenes con contenido de inspiración fitness genera baja autoestima e insatisfacción del propio cuerpo (Barnes et al., 2023; Tiggemann y Zaccardo, 2015; Yee et al., 2020). Pues la mayoría de adolescentes que fueron encuestados mantienen una autoestima general buena, mientras que en la satisfacción de la imagen corporal se sitúan en un punto neutro, más no bajo. Por parte de los entrenadores, estos mencionan que los contenidos que publican en Instagram relacionados a la “fitspiration” no presentan influencia negativa en la autoestima de los adolescentes, pues argumentan que todo lo que comparten lo hacen con el propósito de motivar a sus seguidores.

Dentro de la opinión de los expertos, el psicólogo Steward Vazquez, destaca que los contenidos de la “fitspiration” busca impactar positivamente la autoestima y el amor propio de los adolescentes, así como mantener sus mentes ocupadas y alejadas de hábitos perjudiciales, sin embargo, la falta de tolerancia a la frustración y al esfuerzo para alcanzar objetivos propios puede llevar a desarrollar trastornos, por lo que es importante mantener un equilibrio, ya que algunas veces pueden llegar a obsesionarse y descuidar otros aspectos importantes de sus vidas.

4.5 Conclusiones

En relación con los objetivos planteados en la presente investigación sobre “La influencia de la “fitspiration” en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala”, se presentan las siguientes conclusiones:

- Los contenidos de la “fitspiration” presentan una influencia positiva; al momento de motivar e inspirar y hacer que los adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala realicen cambios en sus hábitos diarios; y negativa al mostrar únicamente cuerpos marcados y con un porcentaje bajo de grasa corporal, haciendo que los adolescentes se comparen tanto en su porcentaje de grasa como en su musculatura, ocasionando por una parte el aumento de motivación e inspiración, pero también sentimientos de frustración, tristeza y desmotivación.
- El efecto que hay a la exposición constante, donde la mayoría de los adolescentes estudiados ven entre 1h00 a 1h30 diariamente contenido de “fitspiration” en Instagram, genera un aumento de autoestima general y una satisfacción regular con respecto a su imagen corporal.
- La mayor cantidad de representaciones de “fitspiration” identificadas en las cuentas de los entrenadores de los gimnasios seleccionados, son de sus cuerpos musculosos y con un porcentaje de grasa corporal bajo, ya que en el contenido que publican únicamente aparecen ellos entrenando y enseñando sus músculos.
- Los contenidos de “fitspiration” en las cuentas de Instagram de los creadores de contenido de los gimnasios seleccionados mantienen un contenido vacío, pues en las publicaciones se muestran realizando ejercicios en las máquinas de los gimnasios y enseñando su cuerpo sin un tema específico o una descripción que busque informar o motivar a sus seguidores.
- Las representaciones de “fitspiration” de Instagram se relacionan con la alimentación, el ejercicio y la autoestima en los adolescentes, pues al saber que la mayoría de las representaciones de este tipo de contenidos se basa en un cuerpo musculoso y con bajo índice de grasa corporal, hizo que los adolescentes estudiados hayan comparado su índice de grasa corporal y su masa corporal, dando como resultado motivación e inspiración para la mayoría; y frustración, tristeza y desmotivación para el resto.

- Respecto a la alimentación se ha visto un cambio de hábitos alimenticios al momento de mejorar su dieta, consumir menos comida chatarra, ver contenidos de recetas saludables y al acudir a un especialista en nutrición; por parte del ejercicio la mayoría de los adolescentes prefieren consumir rutinas de ejercicio y contenido sobre las técnicas correctas al realizar los entrenamientos, sin embargo, entrenadores mencionan compartir este tipo de contenido, pero en el análisis se observó únicamente publicaciones de sus cuerpos, más no de rutinas o técnicas de ejercicio. Por otra parte, los adolescentes muestran un aumento de su autoestima general, luego de observar contenido de “fitspiration”; entrenadores manifiestan que publican contenido con el fin de motivar e inspirar a sus seguidores, pero solo el influencer Juan Wagner lo aplica; y por parte de los expertos estos contenidos buscan impactar de manera positiva en la autoestima y el amor propio de los adolescentes.

4.5.1 Recomendaciones

Gracias a la información recopilada a lo largo de esta investigación, se proponen las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere a estudiantes e investigadores realizar más investigaciones relacionadas con la “fitspiration” dentro de la provincia de El Oro y del país, pues es un tema que no es tan explorado dentro del Ecuador.
- Tomando como referencia los resultados de la investigación y las conclusiones, se recomienda al Ministerio de Educación del Ecuador la implementación de talleres en las instituciones educativas del país, con el fin de orientar a los adolescentes en temas sobre la selección de los contenidos de inspiración fitness que consumen; amor propio y aceptación corporal; y actividades que promuevan la mejora física y mental.
- A los influencers y creadores de contenido de “fitspiration” se recomienda ser más honestos y conscientes sobre los contenidos que publican, pues deben tener en cuenta que hay adolescentes que consumen sus contenidos y se ven influenciados por ellos.
- A los adolescentes se les recomienda, ser más conscientes del contenido que consumen, sin obsesionarse con el ejercicio o con querer alcanzar un cuerpo “ideal”; cuidando siempre su alimentación, su salud física y mental, manteniendo siempre un equilibrio.

Referencias

- Acosta García, M. V., y Gómez Peresmitré, G. (2003). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *International journal of clinical and health psychology: IJCHP*, 3(1), 9-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3373010>
- Altamirano-Pazmiño, M., y Guaña-Moya, J. (2022). Uso de las herramientas digitales en la educación virtual en Ecuador. En *Revista Ibérica de* (Vol. 54, pp. 194-202). search.proquest.com. <https://search.proquest.com/openview/e8c8009ba294c345818b08bb38be42e5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Barnes, K., Newman, E., y Keenan, G. (2023). A comparison of the impact of exposure to fit ideal and non-fit ideal body shapes in fitspiration imagery on women. *Computers in human behavior*, 144, 107728. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107728>
- Blanco Quevedo, R. A., Manrique Saavedra, D. Y., y Silva Díaz, V. J. (2023). *Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática* [Universidad Científica del Sur]. <https://doi.org/10.21142/tb.2021.1723>
- Boepple, L., y Thompson, J. K. (2014). A content analysis of healthy living blogs: evidence of content thematically consistent with dysfunctional eating attitudes and behaviors. *The International Journal of Eating Disorders*, 47(4), 362-367. <https://doi.org/10.1002/eat.22244>
- Boepple, L., y Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *The International Journal of Eating Disorders*, 49(1), 98-101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- Bozsik, F., Whisenhunt, B. L., Hudson, D. L., Bennett, B., y Lundgren, J. D. (2018). Thin is in? Think again: The rising importance of muscularity in the thin ideal female body. *Sex Roles*, 79(9-10), 609-615. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0886-0>
- Camacho-López, S., Nava-González, E. J., Apolinar-Jiménez, E., Almendra-Pegueros, R., Pérez-López, A., Gamero, A., Kammar-García, A., Duarte Junior, M. A.,

- Fernández-Villa, T., Pérez-Esteve, É., Bonilla, D. A., Lozano-Lorca, M., y Navarrete-Muñoz, E. M. (2022). Comunicación ética en redes sociales para la nutrición. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 26(1), 1-3.
<https://doi.org/10.14306/renhyd.26.1.1637>
- Carrotte, E. R., Prichard, I., y Lim, M. S. C. (2017). «Fitspiration» on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of Medical Internet Research*, 19(3), e95. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>
- Carrotte, E. R., Vella, A. M., y Lim, M. S. C. (2015). Predictors of “Liking” Three Types of Health and Fitness-Related Content on Social Media: A Cross-Sectional Study. *Journal of Medical Internet Research*, 17(8), e4803.
<https://doi.org/10.2196/jmir.4803>
- Castañeda Vera, A. V. (2018). *Análisis en Ecuador de las interacciones de los contenidos de marcas deportivas a través de las cuentas utilizadas por influencer en instagram* [Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado].
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1495>
- Castillo-Abdul, Bárbara, García-Prieto, y Victoria. (2021). *Prosumidores emergentes: redes sociales, alfabetización y creación de contenidos*. 1-912.
<http://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=5094619&publisher=FZ1825>
- Cataldo, I., Burkauskas, J., Dores, A. R., Carvalho, I. P., Simonato, P., De Luca, I., Gómez-Martínez, M. Á., Melero Ventola, A. R., Demetrovics, Z., Szabo, A., Ábel, K. E., Shibata, M., Kobayashi, K., Fujiwara, H., Arroyo-Anlló, E. M., Martinotti, G., Barbosa, F., Griskova-Bulanova, I., Pranckeviciene, A., ... Corazza, O. (2022). An international cross-sectional investigation on social media, fitspiration content exposure, and related risks during the COVID-19 self-isolation period. *Journal of Psychiatric Research*, 148, 34-44. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2022.01.032>
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en l*. Grupo Planeta (GBS).
<https://play.google.com/store/books/details?id=w8SaUTXcxDMC>

- Chasler, J. K. (2016). *Fitspiration: Empowering or objectifying? The effects of fitspiration and self-objectification on exercise behavior* (Vol. 10142748). search.proquest.com. <https://search.proquest.com/openview/935cac20520ed228c3dbd68449010377/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- Chatzopoulou, E., Filieri, R., y Dogruyol, S. A. (2020). Instagram and body image: Motivation to conform to the “Instabod” and consequences on young male wellbeing. *The Journal of Consumer Affairs*, 54(4), 1270-1297. <https://doi.org/10.1111/joca.12329>
- Curtis, R. G., Prichard, I., Gosse, G., Stankevicius, A., y Maher, C. A. (2023). Hashtag fitspiration: credibility screening and content analysis of Instagram fitness accounts. *BMC Public*, 23(14712458), 1-7. https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-023-15232-7?trk=public_post_comment-text#citeas
- Del Alcázar Ponce, J. P. (2018). *Estado Digital Ecuador – Estadísticas Redes Sociales, Aplicaciones y Sitios Web Ecuador*. MENTINNO. <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuadoroctubre2018/>
- Del Alcázar Ponce, J. P. (2023, junio 29). *Informe Estado Digital Ecuador 2023 - Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios*. Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios. <https://www.mentinno.com/informe-estado-digital-ecuador-2023/>
- Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., y Dennison, L. (2018). Young People’s Experiences of Viewing the Fitspiration Social Media Trend: Qualitative Study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e219. <https://doi.org/10.2196/jmir.9156>
- Fanjul, C. (2008). *Estereotipos publicitarios: el modelo fitness como factor de influencia social en la vigorexia masculina*. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/9673>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., y Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women’s body image concerns and self-objectification: Testing mediational

pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395.

<https://doi.org/10.1177/1461444817694499>

Feijoo, B., Zozaya Durazo, L. D., Cambronero Saiz, B., Mayagoitia, A., González, J. M., Sádaba, C., Núñez-Gómez, P., y Miguel, B. (2023). *Digital Fit: la influencia de las redes sociales en la alimentación y en el aspecto físico de los menores*.

<https://reunir.unir.net/handle/123456789/14827>

Fioravanti, G., Tonioni, C., y Casale, S. (2021). #Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women's self-perceived sexual attractiveness.

Scandinavian Journal of Psychology, 62(5), 746-751.

<https://doi.org/10.1111/sjop.12752>

Folgar, B., y Lía, A. (2019). *Corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes*.

<https://ddd.uab.cat/record/203288>

Fondevila-Gascón, J.-F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Copeiro, M., Villalba-Palacín, V., y Polo-López, M. (2020). Influence of Instagram stories in attention and emotion depending on gender. *Comunicar*, 28(63), 41-50. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-04>

Garzón Clemente, R., León Laredo, K. M., y Trejo Garzón, S. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review / Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197-209. <https://doi.org/10.37467/gka-revsocial.v8.2324>

Gil-Quintana, J., y Amoros, M. F.-G. (2020). Publicaciones, interacciones, verdades y mentiras de adolescentes españoles en Instagram. *Texto Livre*, 13(1), 20-44.

<https://doi.org/10.17851/1983-3652.13.1.20-44>

Gil-Quintana, J., Santoveña-Casal, S., y Romero Riaño, E. (2021). Realfooders Influencers on Instagram: From Followers to Consumers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4).

<https://doi.org/10.3390/ijerph18041624>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). ¿Cómo son las muestras no probabilísticas? *R. Hernández, C. Fernández y P. Baptista*.
- Hernández Mite, K. D., Yanez Palacios, J. F., y Carrera Rivera, A. A. (2017). Las redes sociales y adolescencias: repercusión en la actividad física. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 242-247.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200033
- Herrera Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19-33.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512009000100003&script=sci_arttext
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2). <https://doi.org/10.15517/rr.v9i2.1513>
- Hidrobo Álvarez, M. I., y Sánchez Valdiviezo, E. M. (2018). *Influencia de las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del Colegio Fiscal Guayllabamba- Pichincha- Ecuador, 2017* [PUCE].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14743>
- Hussenoeder, F. S. (2022). The bright side of social network sites: On the potential of online social capital for mental health. *Digital Health*, 8, 20552076221093132.
<https://doi.org/10.1177/20552076221093133>
- INEC. (2023, primavera 9). *ECUADOR CRECIÓ EN 2.5 MILLONES DE PERSONAS ENTRE 2010 Y 2022 – Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/ecuador-crecio-en-2-5-millones-de-personas-entre-2010-y-2022/>
- Jerónimo, F., y Carraça, E. V. (2022). Effects of fitspiration content on body image: a systematic review. *Eating and Weight Disorders: EWD*, 27(8), 3017-3035.
<https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- Jiménez, K. P. (2022). La comparación social, imagen corporal y autopresentación de jóvenes universitarios que utilizan Instagram, Quito, 2022. *Profundidad*

psicológica.

https://www.congresosenelpacifico.com/uploads/5/8/4/0/58409697/karina_castro_aper.pdf

Kemp, S. (2020, julio 21). *More than half of the people on Earth now use social media*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/more-than-half-the-world-now-uses-social-media>

Kemp, S. (2023, febrero 13). *Digital 2023: Ecuador*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ecuador>

Latha, K., Meena, K. S., Pravitha, M. R., Dasgupta, M., y Chaturvedi, S. K. (2020). Effective use of social media platforms for promotion of mental health awareness. *Journal of Education and Health Promotion*, 9, 124. https://doi.org/10.4103/jehp.jehp_90_20

Lexis, S. A. (2023 12). *El Panorama Digital en Ecuador en 2023: Estadísticas de Usuarios de Internet, Redes Sociales y Conexiones Móviles*. LEXIS Blog. <https://www.lexis.com.ec/blog/legaltech/el-panorama-digital-en-ecuador-en-2023-estadisticas-de-usuarios-de-internet-redes-sociales-y-conexiones-moviles>

Lowe-Calverley, E., y Grieve, R. (2021). Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 36, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.003>

Manacorda, B., y Maidana, L. V. (2021). La gimnasia de Instagram. *14º Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias 18-23 de octubre y 1-4 diciembre de 2021 Ensenada, Argentina. Educación en Pandemia y Pospandemia*. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.14682/ev.14682.pdf

Marinas, L. (2019). Instagram: Donde Millennials, Generación Z, McLuhan y Bolter se cruzan. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 187-201. <https://doi.org/10.5209/ciyc.64641>

Martín, S. (2023, septiembre 8). *Los hashtags más populares en Instagram*. Metricool. <https://metricool.com/es/hashtags-mas-usados-instagram/>

- Mata, C. C. (2019). Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato. *Cimexus*, 73. <https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/viewFile/293/232>
- Mohsin, M. (2022, febrero 12). *Estadísticas Instagram 2021: 10 datos curiosos de Instagram que no sabías*. <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-de-instagram>
- Moya, G. H., Garcia, K. N. M., Soto, K. I. P., Arias, J. A. V., y Palacios, A. A. Y. (2022). La Adicción a las Redes en Adolescentes: Revisión Sistemática. *Reflexiones en Trabajo Social*, 2(1), 46-56. <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/reflexiones/article/view/1648>
- Muñoz Parralo, M. (2023). Efecto de la exposición a fotos editadas de Instagram en la imagen corporal: una replicación sistemática en jóvenes universitarias españolas. *Análisis y modificación*. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/249807>
- Nazarali, S., y Majumdar, A. (2020). Exploring the effects of ‘fitspiration’ and pressure from social media on body dissatisfaction and exercise motivation in male and female viewers in the UK. *The Proceedings of the Nutrition Society*, 79(OCE3), E793. <https://doi.org/10.1017/S002966512000779X>
- Pacheco Amigo, B. M., y Lozano Gutiérrez, J. L. (2018). Diagnóstico de utilización de Redes sociales: factor de riesgo para el adolescente. *para la Investigación y ...*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672018000100053&script=sci_arttext
- Piedra, J. (2020). Redes sociales en tiempos del COVID-19. *Sociología del Deporte*, 1(1), 41-43. <https://doi.org/10.46661/socioldeporte.4998>
- Pilgrim, K., y Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health*, 19(1), 1054. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S. C., y Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women’s mood, body image, and

exercise behaviour. *Body Image*, 33, 1-6.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>

Prichard, I., McLachlan, A. C., Lavis, T., y Tiggemann, M. (2018). The impact of different forms of #fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex roles*, 78(11-12), 789-798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>

Puertas, D. G. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española de Comunicación en* , 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>

Raggatt, M., Wright, C. J. C., Carrotte, E., Jenkinson, R., Mulgrew, K., Prichard, I., y Lim, M. S. C. (2018). «I aspire to look and feel healthy like the posts convey»: engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC Public Health*, 18(1), 1002. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5930-7>

Rodríguez, J. M. R., Soto, N. C., y García, G. G. (2019). Follow me y dame like: Hábitos de uso de Instagram de los futuros maestros. *RIFOP : Revista interuniversitaria de formación del profesorado: continuación de la antigua Revista de Escuelas Normales*, 33(94), 83-96. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6986245.pdf>

Romo del Olmo, M. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Un proyecto de prevención* [Universidad de Cádiz]. <https://rodin.uca.es/handle/10498/23419>

Sánchez Casado, J. I., y Benítez Sánchez, E. I. (2022). «Revisión sobre la “Salud mental y nuevas tecnologías”: análisis de las redes sociales y los videojuegos en las primeras etapas de desarrollo como factores modulares de una salud mental positiva». *International Journal of Developmental and Educational Psychology Revista INFAD de psicología*, 2(1), 79-88. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2022.n1.v2.2324>

Spain, I. A. B. (2023, mayo 10). *Estudio de Redes Sociales 2023*. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2023/>

- Statista. (2020). *Porcentaje de niños usuarios de redes sociales en España en 2020*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1127004/poblacion-infantil-porcentaje-de-usuarios-en-redes-sociales-en-espana/>
- Tashakkori, A., y Teddlie, C. (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. SAGE. <https://play.google.com/store/books/details?id=F8BFOM8DCKoC>
- Tiggemann, M., y Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body image*, 15, 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Tiggemann, M., y Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of health psychology*, 23(8), 1003-1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>
- Tinajero Arias, C. (2019). *Una mirada hacia los influencers fitness en Instagram desde la perspectiva del usuario*. <http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/16632>
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., y Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men’s body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96-107. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.008>
- Zamora, M. (2006, noviembre 14). *Redes Sociales en Internet*. Maestros del Web. <https://www.maestrosdelweb.com/redessociales/>

Anexos

Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

¡Hola! Gracias por participar en nuestra encuesta sobre la **“Influencia de la fitspiration de Instagram en adolescentes que asisten a gimnasios en la ciudad de Machala”**.

El término **“fitspiration” (inspiración fitness en español)** es un movimiento donde los usuarios de redes sociales consumen contenido asociado con el ejercicio físico, alimentación correcta, productos y suplementos relacionados con la vida fitness; donde se promueve lograr un estilo de vida saludable.

Esta encuesta tiene como objetivo evaluar la influencia de la exposición constante al contenido de la inspiración fitness de Instagram en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de los adolescentes que asisten a los gimnasios Cava Fit-Club, Iron Gym y Nova Gym.

Te recordamos que esta encuesta es **anónima**, por favor, responde con honestidad.

Datos generales

Edad:

- 13 años
- 14 años
- 15 años
- 16 años
- 17 años

Género:

- Masculino
- Femenino
- No binario

¿A qué gimnasio asiste?

- Cava Fit-Club
- Iron Gym
- Novagym

1. ¿Qué redes sociales prefieres usar para revisar contenido de inspiración fitness?

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Youtube
- X

Otra _____

2. ¿Qué tipo de contenido de inspiración fitness ves en Instagram?

- Rutinas de ejercicio
- Recetas saludables
- Transformaciones físicas
- Técnicas de ejercicio
- Fisicoculturismo
- Powerlifting
- Consejos motivacionales
- Ninguno

Otra _____

Si respondiste "**ninguno**" en la pregunta anterior explica el ¿por qué? y termina esta encuesta. Caso contrario, pasa directamente a la pregunta 3.

3. ¿En qué formatos prefieres ver los contenidos de inspiración fitness en Instagram?

- Imágenes

- Vídeos
- Reels
- Historias destacadas
- Blogs
- Transmisiones en vivo

Otra _____

4. ¿Cuánto tiempo sueles dedicar a consumir contenido de inspiración fitness en Instagram?

5. Desde tu perspectiva, ¿cuáles son los tipos de cuerpos que más se motivan a lograr en el contenido de inspiración fitness que sigues en Instagram?

- Musculosos y tonificados.
- Delgados y esbeltos.
- Marcados y con un porcentaje de grasa bajo.
- Atlético y definidos.
- Cuerpos aesthetics

Otra _____

6. ¿Qué tipo efectos o consecuencias crees que pueden generar los contenidos de inspiración fitness que ves en Instagram?

- Motivación
- Inspiración
- Conocimiento sobre el fitness
- Obsesión corporal
- Mala ejecución de ejercicios y lesiones
- Frustración e inseguridad sobre mi cuerpo
- Desinformación
- Desmotivación

Otra _____

7. ¿Qué comparaciones has hecho de tu propio cuerpo con el contenido de inspiración fitness que ves en Instagram?

- Mi porcentaje de grasa corporal
- Mi masa muscular
- Mi pecho
- Mis piernas
- Mis brazos
- Mi abdomen
- Mis hombros
- Mi delgadez
- No me he comparado

Otra _____

8. ¿Cómo te sientes luego de haberte comparado?

- Triste
- Frustrado
- Desmotivado
- Motivado
- Con aires de superación

Otra _____

9. ¿Qué cambios has realizado de tu vida o tus hábitos, debido al consumo de inspiración fitness de Instagram?

- Dejar de consumir comida chatarra todos los días.
- Alimentación más sana
- Dormir de 7 a 8 horas
- Entrenar diariamente
- Ser más disciplinado
- Mejorar mi postura
- Tener más confianza en mí
- Ninguno

Otra _____

10. Desde que sigues a creadores o páginas de inspiración fitness ¿cómo calificarías tu autoestima general? En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy baja y 5 es muy alta.

1-2-3-4-5

11. Desde que sigues a creadores o páginas de inspiración fitness ¿cómo calificarías tu satisfacción con tu imagen corporal actualmente? En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho.

1-2-3-4-5

12. ¿A qué persona o página que crea contenido de inspiración fitness sigues en Instagram y por qué?

- Cbum
- Leanbeefpatty
- Ronniecoleman8
- Andonifitness
- Moisessebrahim_
- Adrianherrerocoach
- Juanwagner150
- Carlosbelcast
- Daddy.aioli
- Kevin.lifter
- Marcos.olivoj
- Thekingofgymlr
- Miguel_angel_porras.npc
- Naomiaraujog
- Ceval91
- Solo veo contenido que aparecen, pero no los sigo
- Ninguno

Otra _____

13. ¿Por qué motivo sigues a esos creadores o páginas de inspiración fitness?

14. ¿Qué recomendaciones darías a estos creadores de contenido de inspiración fitness para mejorar la calidad de sus publicaciones?

Tablas de la encuesta

Tabla 4.

Edad de los encuestados

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|-------------------|-------------------|
| 13 | 3 | 2,4 |
| 14 | 1 | ,8 |
| 15 | 14 | 11,2 |
| 16 | 18 | 14,4 |
| 17 | 89 | 71,2 |
| Total | 125 | 100,0 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 5.

Identificación del género de los encuestados

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|-------------------|-------------------|
| Masculino | 86 | 68,8 |
| Femenino | 38 | 30,4 |
| No binario | 1 | ,8 |
| Total | 125 | 100,0 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 6.*Gimnasio al que asisten los encuestados*

| Gimnasio | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| Nova Gym | 59 | 47,2 |
| Cava Fit-Club | 44 | 35,2 |
| Iron Gym | 22 | 17,6 |
| Total | 125 | 100,0 |

*Fuente: Encuestas**Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.***Tabla 7.***1. ¿Qué redes sociales prefieres usar para revisar contenido de inspiración fitness?*

| Redes sociales | Respuestas | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Instagram | 125 | 50,4% |
| TikTok | 82 | 33,1% |
| Youtube | 22 | 8,9% |
| Facebook | 14 | 5,6% |
| X | 4 | 1,6% |
| Pinterest | 1 | 0,4% |
| Total | 248 | 100,0% |

*Fuente: Encuestas**Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.*

Tabla 8.

2. *¿Qué tipo de contenido de inspiración fitness ves en Instagram*

| Contenido | Respuestas | |
|---|-------------------|-------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Rutinas de ejercicio | 90 | 24,9% |
| Técnicas de ejercicios | 70 | 19,4% |
| Recetas saludables | 56 | 15,5% |
| Consejos motivacionales | 50 | 13,9% |
| Transformaciones físicas | 48 | 13,3% |
| Fisicoculturismo (máximo desarrollo muscular) | 26 | 7,2% |
| Powerlifting (levantamiento de potencia) | 21 | 5,8% |
| Total | 361 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 9.*Contenido de inspiración fitness que consumen en Instagram x Género de los encuestados*

| Contenidos | Género | | | Total |
|---|--------------|--------------|-------------|---------------|
| | Femenino | Masculino | No binario | |
| Rutinas de ejercicio | 31 8,6% | 59 16,3% | 0 0,0% | 90 24,9% |
| Recetas saludables | 22 6,1% | 34 9,4% | 0 0,0% | 56 15,5% |
| Transformaciones físicas | 10 2,8% | 37 10,2% | 1 0,3% | 48 13,3% |
| Técnicas de ejercicios | 24 6,6% | 46 12,7% | 0 0,0% | 70 19,4% |
| Fisicoculturismo (máximo desarrollo muscular) | 3 0,8% | 23 6,4% | 0 0,0% | 26 7,2% |
| Powerlifting (levantamiento de potencia) | 4 1,1% | 17 4,7% | 0 0,0% | 21 5,8% |
| Consejos motivacionales | 11 3,0% | 38 10,5% | 1 0,3% | 50 13,9% |
| Total | 105 | 254 | 2 | 361 |
| % del total | 29,1% | 70,4% | 0,6% | 100,0% |

Fuente: Encuestas**Elaboración:** Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 10.

3. ¿En qué formatos prefieres ver los contenidos de inspiración fitness en Instagram?

| Formatos | Respuestas | |
|-----------------------|------------|---------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Videos | 95 | 38,2% |
| Reels | 84 | 33,7% |
| Imágenes | 28 | 11,2% |
| Blogs | 24 | 9,6% |
| Historias destacadas | 13 | 5,2% |
| Transmisiones en vivo | 5 | 2,0% |
| Total | 249 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 11.

4. ¿Cuánto tiempo sueles dedicar a consumir contenido de inspiración fitness en Instagram?

| Tiempo | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| 1:00 - 1:30 | 44 | 35,2 |
| 0:30 - 0:40 | 21 | 16,8 |
| 2:00 - 2:30 | 21 | 16,8 |
| 3:00 - 4:00 | 17 | 13,6 |
| 5:00 a más | 12 | 9,6 |
| 0:15 - 0:20 | 5 | 4,0 |
| 0:5 - 0:10 | 5 | 4,0 |
| Total | 125 | 100,0 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 12.

5. Desde tu perspectiva, ¿Cómo los cuerpos que se promueven en los contenidos de inspiración fitness que ves en Instagram?

| Cuerpos | Respuestas | |
|--|------------|---------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Musculosos y tonificados | 90 | 38,8% |
| Marcados y con un porcentaje de grasa bajo | 51 | 22,0% |
| Atléticos y definidos | 39 | 16,8% |
| Cuerpos aesthetics (cuerpo en forma de V) | 33 | 14,2% |
| Delgados y esbeltos | 19 | 8,2% |
| Total | 232 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 13.

6. ¿Qué tipo de efectos o consecuencias crees que pueden generar los contenidos de inspiración fitness que ves en Instagram?

| Efectos/consecuencias | Respuestas | |
|---|-------------|---------------|
| | Frecuencias | Porcentaje |
| Motivación/inspiración | 111 | 45,7% |
| Conocimiento sobre el fitness | 69 | 28,4% |
| Obsesión corporal | 25 | 10,3% |
| Mala ejecución de ejercicios y lesiones | 11 | 4,5% |
| Frustración e inseguridad sobre mi cuerpo | 14 | 5,8% |
| Desinformación | 9 | 3,7% |
| Desmotivación | 4 | 1,6% |
| Total | 243 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 14.

7. *¿Qué comparaciones has hecho de tu propio cuerpo con el contenido de inspiración fitness que ves en Instagram?*

| Comparaciones | Respuestas | |
|------------------------------|------------|---------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Porcentaje de grasa corporal | 77 | 20,8% |
| Masa muscular | 72 | 19,5% |
| Abdomen | 51 | 13,8% |
| Piernas | 41 | 11,1% |
| Brazos | 40 | 10,8% |
| Pecho | 37 | 10,0% |
| Hombros | 27 | 7,3% |
| Delgadez | 15 | 4,1% |
| No me he comparado | 10 | 2,7% |
| Total | 370 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 15.

Comparaciones que se ha hecho de su propio cuerpo con el contenido de inspiración fitness de Instagram x Género de los encuestados

| Comparaciones | Género | | | Total |
|---------------------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| | Femenino | Masculino | No binario | |
| Mi porcentaje de grasa corporal | 23 6,2% | 53 14,3% | 1 0,3% | 77 20,8% |
| Mi masa muscular | 20 5,4% | 51 13,8% | 1 0,3% | 72 19,5% |
| Mi pecho | 6 1,6% | 30 8,1% | 1 0,3% | 37 10,0% |
| Mis piernas | 16 4,3% | 24 6,5% | 1 0,3% | 41 11,1% |
| Mis brazos | 9 2,4% | 30 8,1% | 1 0,3% | 40 10,8% |
| Mi abdomen | 24 6,5% | 26 7,0% | 1 0,3% | 51 13,8% |
| Mis hombros | 7 1,9% | 19 5,1% | 1 0,3% | 27 7,3% |
| Mi delgadez | 8 2,2% | 7 1,9% | 0 0,0% | 15 4,1% |
| No me comparo | 3 0,8% | 7 1,9% | 0 0,0% | 10 2,7% |
| Total | 116 | 247 | 7 | 370 |
| % del total | 31,4% | 66,8% | 1,9% | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 16.

8. ¿Cómo te sientes luego de haberte comparado?

| Sentimientos | Respuestas | |
|---------------------|-------------|---------------|
| | Frecuencias | Porcentaje |
| Motivado/superación | 86 | 51,8% |
| Frustrado | 29 | 17,5% |
| Desmotivado | 23 | 13,9% |
| Triste | 18 | 10,8% |
| Ninguna | 10 | 6,0% |
| Total | 166 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz

Tabla 17.

Sentimientos luego de compararse x Género de los encuestados

| Sentimientos | Género | | | Total |
|---------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| | Femenino | Masculino | No binario | |
| Triste | 8 4,8% | 10 6,0% | 0 0,0% | 18 10,8% |
| Frustrado | 15 9,0% | 14 8,4% | 0 0,0% | 29 17,5% |
| Desmotivado | 10 6,0% | 13 7,8% | 0 0,0% | 23 13,9% |
| Motivado/superación | 19 11,4% | 66 39,8% | 1 0,6% | 86 51,8% |
| Ninguno | 2 1,2% | 8 4,8% | 0 0,0% | 10 6,0% |
| Total | 54 | 111 | 1 | 166 |
| % del total | 32,5% | 66,9% | 0,6% | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 18.

9. ¿Qué cambios has realizado en tu vida o en tus hábitos, debido al consumo de inspiración fitness de Instagram?

| Cambios | Respuestas | |
|--|------------|---------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Ser más disciplinado | 77 | 16,7% |
| Entrenar diariamente | 70 | 15,2% |
| Dejar de consumir comida chatarra todos los días | 70 | 15,2% |
| Alimentación más sana | 68 | 14,7% |
| Dormir de 7 a 8 horas | 64 | 13,9% |
| Tener más confianza en mí | 59 | 12,8% |
| Mejorar mi postura | 53 | 11,5% |
| Ninguno | 1 | 0,2% |
| Total | 462 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 19.

10. Desde que ves contenido de inspiración fitness ¿Cómo calificarías tu autoestima general? En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy baja y 5 es muy alta.

| Autoestima general | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|--------------|
| 5 | 40 | 32,0 |
| 4 | 43 | 34,4 |
| 3 | 35 | 28,0 |
| 2 | 6 | 4,8 |
| 1 | 1 | ,8 |
| Total | 125 | 100,0 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 20.

11. Desde que ves contenido de inspiración fitness ¿Cómo calificarías tu satisfacción con tu imagen corporal actualmente?

| Imagen corporal | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| 5 | 19 | 15,2 |
| 4 | 39 | 31,2 |
| 3 | 46 | 36,8 |
| 2 | 17 | 13,6 |
| 1 | 4 | 3,2 |
| Total | 125 | 100,0 |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 21.

Escala geográfica de los creadores de contenido de inspiración fitness que siguen los encuestados.

| Escala geográfica | Frecuencias | Porcentajes |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| Internacionales (10) | 311 | 73,2% |
| Nacionales (3) | 41 | 9,6% |
| Del Gimnasio (3) | 47 | 11,1% |
| Veo contenido no sigo | 19 | 4,5% |
| Ninguno | 7 | 1,6% |
| Total | 425 | 100% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 22.

12. ¿A qué persona o página que crea contenido de inspiración fitness sigues en Instagram?

| Creadores de contenido de inspiración fitness | Respuestas | |
|---|-------------|---------------|
| | Frecuencias | Porcentaje |
| Cbum (Canadá) | 58 | 13,6% |
| Carlosbelcast (México) | 47 | 11,1% |
| Andonifitness (España) | 45 | 10,6% |
| Moisesebrahim_ (Bolivia) | 37 | 8,7% |
| Ronniecoleman8 (EE.UU.) | 34 | 8,0% |
| Daddy.aioli (México) | 29 | 6,8% |
| Adrianherrerocoach (España) | 27 | 6,4% |
| Ceval91 (Ecuador - Cava Fit-Club) | 19 | 4,5% |
| Solo veo contenido que aparece, pero no los sigo | 19 | 4,5% |
| Leanbeefpatty (EE.UU.) | 18 | 4,2% |
| Thekingofgymlr (Ecuador - Machala) | 16 | 3,8% |
| Kevin.lifter (Ecuador - Machala) | 15 | 3,5% |
| Marcos.olivoj (Ecuador - Iron Gym) | 15 | 3,5% |
| Juanwagner150 (Colombia) | 13 | 3,1% |
| Miguel_angel_porras.npc (Ecuador - Nova Gym) | 13 | 3,1% |
| Naomiaraujog (Ecuador - Machala) | 10 | 2,4% |
| Ninguno | 7 | 1,6% |
| Davidlaid - Stanbrowney - Joefazer - Willtenny (Europa) | 3 | 0,7% |
| Total | 425 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz

Tabla 23.*Creadores de contenido de inspiración fitness de los gimnasios x Gimnasio al que asiste*

| Creadores de los gimnasios | Gimnasio al que asiste | | | Total |
|----------------------------|------------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Cava Fit-Club | Iron Gym | Nova Gym | |
| Ceval91 | 12 37,5% | 0 0,0% | 7 21,9% | 19 59,4% |
| Marcos.olivoj | 4 12,5% | 5 15,6% | 6 18,8% | 15 46,9% |
| Miguel_angel_porras.npc | 1 3,1% | 0 0,0% | 12 37,5% | 13 40,6% |
| Total | 12 | 5 | 15 | 32 |
| % del total | 37,5% | 15,6% | 46,9% | 100,0% |

*Fuente: Encuestas**Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.*

Tabla 24.

13. ¿Por qué motivo sigues a esos creadores o páginas de inspiración fitness?

| Motivos | Respuestas | |
|-------------------------------------|-------------|---------------|
| | Frecuencias | Porcentaje |
| Motivación/inspiración | 58 | 38,7% |
| Ningún motivo | 28 | 18,7% |
| Contenido/educativo/aprender | 26 | 17,3% |
| Mejorar autoestima/confianza | 9 | 6,0% |
| Entrenamiento/entrenadores | 7 | 4,7% |
| Mejorar mi cuerpo | 7 | 4,7% |
| Ejecutar bien los ejercicios | 6 | 4,0% |
| Por su cuerpo/fuerza/ser como ellos | 6 | 4,0% |
| Ganar disciplina | 2 | 1,3% |
| Vida saludable | 1 | 0,7% |
| Total | 150 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Tabla 25.

14. *¿Qué recomendaciones darías a estos creadores de contenido de inspiración fitness para mejorar la calidad de sus publicaciones?*

| Recomendaciones | Respuestas | |
|--|-------------|---------------|
| | Frecuencias | Porcentaje |
| Ninguna recomendación/seguir así | 50 | 36,5% |
| Mejorar calidad del contenido/organización/lenguaje claro y sencillo | 19 | 13,9% |
| Ser realistas/no usar química | 14 | 10,2% |
| Más información de las rutinas/técnicas | 12 | 8,8% |
| Más contenido motivacional | 9 | 6,6% |
| Alimentación y suplementos que consumen | 8 | 5,8% |
| Ser más dinámicos/divertidos/innovadores | 8 | 5,8% |
| Más contenido educativo | 7 | 5,1% |
| Publicar con más frecuencia | 6 | 4,4% |
| Expliquen como fueron sus comienzos | 2 | 1,5% |
| Contenido breve | 2 | 1,5% |
| Total | 137 | 100,0% |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.

Entrevista a propietario de Cava Fit-Club

Propietario y administrador de Cava Fit-Club

Cesar Valdez, de 31 años, se especializa en el entrenamiento deportivo.

¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el gimnasio?

El 16 de enero cumplimos un año de funcionamiento.

¿Cuántos entrenadores laboran aquí?

Hay dos entrenadores, contándome a mí, sumando un total de tres.

¿Promedio de personas que vienen en un día?

De 150 personas en adelante.

¿Asisten adolescentes a este gimnasio y cuál es el porcentaje?

Si, un 50% son adolescentes.

¿Cuál es el horario de atención del gimnasio?

Desde las cinco de la mañana hasta las diez de la noche.

¿Cuál es el horario en el que asisten más adolescentes?

El horario preferido de los adolescentes es desde las tres de la tarde hasta las siete de la noche.

¿Qué servicios presta el gimnasio?

El gimnasio ofrece una sala de musculación y un espacio de bailo terapia.

¿Cuáles de estos servicios prefieren los adolescentes que asisten a este gimnasio?

La sala de musculación.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento generalmente se realiza para los adolescentes en este gimnasio?

Cada rutina y cada peso son personalizados para cada adolescente, adaptándose según el objetivo de cada uno.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

Los motivos suelen ser para mejorar la apariencia física, también la mayoría de los adolescentes admiten que buscan atraer a más chicas y trabajar en su autoestima.

¿Qué tipos de cambios ha visto en los adolescentes que asisten a este gimnasio?

He sido testigo de transformaciones, físicas, mentales y emocional.

¿Qué tipo de cambios ha visto en la autoestima de los adolescentes que asisten a su gimnasio?

He visto cambios muy positivos en los adolescentes que vienen al gimnasio, ellos llegan con una autoestima por el piso se podría decir, debido a su apariencia física, pero en Cava experimentan mejoras de sí mismos.

¿Su gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, Instagram.

¿En Instagram que contenidos publican y cómo lo publican?

Hago publicaciones de entrenamientos y reposteo las historias de los clientes, realmente pienso que eso es lo que más les inspira.

¿Cuál es la periodicidad de las publicaciones que realizan en Instagram?

Una vez a la semana compartimos contenido en el feed, mientras que las historias son actualizadas diariamente y a cada hora.

¿Qué tipo de público tienen en Instagram?

Tenemos a personas de todas las edades, desde adolescentes hasta la tercera edad.

¿Cómo cree que los usuarios adolescentes aplican el contenido que se publica en las redes sociales de su gimnasio?

Todo lo que se publica es sobre entrenamientos y nuestras rutinas, lo que más les inspira y aplican son las historias reposteadas de los clientes, porque se ven cosas nuevas, ejercicios nuevos o la buena condición física e incluso los adolescentes tratan de competir con lo que ven para verse mejor, considero que es una competencia sana.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en las redes de su gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Con el objetivo de inspirar a los mismos clientes, a los adolescentes, realmente se logra un gran cambio si lo sabes manejar.

¿Sus entrenadores tienen páginas en Instagram? ¿Qué contenido suben?

Sí, ambos entrenadores del gimnasio comparten contenidos fitness, incluso saben crear videos de comedia relacionadas al gimnasio.

¿Conoce si los entrenadores generan contenidos de inspiración fitness en las redes de su gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Si, con el mismo objetivo de inspirar a los adolescentes a un cambio positivo.

¿Qué recomendarías a los entrenadores subir en las publicaciones de sus redes sociales, sabiendo que hay adolescentes que ven estos contenidos?

Bueno, cada entrenador tiene su manera de pensar, de trabajar y creo que, si es bueno inspirar mediante sus contenidos sobre salud, bienestar, condicionamiento físico, enfocándose más en una vida saludable

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales, a entrenadores e influencers fitness?

En las redes sociales ves de todo un poco, cosas que son verdad hasta cosas que son mentiras y muchas veces hay entrenadores que venden rutinas o venden productos o guías fitness de solo

estar definidos o marcados. Realmente todo eso es mentira porque si te pones en un plano de hacerlo de esa manera yo no lo aconsejaría hacerlo porque es mentira. Influye mucho, incluso ahora son pocos los que se quieren ver cómo alguien normal y realmente no depende casi de ti, de la forma en que entrenes, sino que depende y varía de la genética

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

No crean todo lo que ven y aunque el cambio sea poco y positivo hay que saberlo valorar, al que tener un cambio rápido en el que después se pueden arrepentir, todo es un proceso que lleva tiempo muchos años, alimentación saludable y sobre todo disciplina.

Entrevista a entrenador de Cava Fit-Club

Entrenador de Cava Fit-Club

Fernando Mendieta, de 35 años, es coach del gimnasio.

¿Cuéntanos tu experiencia como entrenador en este gimnasio?

Mi experiencia ha sido muy buena, anteriormente trabajé en dos gimnasios más pequeños. Actualmente, me desempeño en Cava, un gimnasio de mayor tamaño donde acuden numerosas personas. El ambiente es muy divertido y agradable.

¿En tu rol como entrenador, cómo es trabajar con adolescentes?

Facilitar la colaboración con adolescentes resulta bastante sencillo para mí.

¿Cuáles son los horarios en los que suelen asistir al gimnasio los adolescentes?

Los adolescentes tienden a asistir al gimnasio entre las tres de la tarde y las cinco de la tarde.

¿Cuál es el porcentaje aproximado de adolescentes que asisten a este gimnasio?

El 50% son adolescentes.

¿Cuántas veces por semana vienen al gimnasio los adolescentes?

De lunes a viernes los adolescentes asisten al gimnasio.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

El motivo principal es porque nos ven por las redes sociales.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en este gimnasio?

En Cava se realizan rutinas de entrenamiento potentes y en las mujeres más en la pérdida de peso.

CONTENIDO EN REDES

¿Conocer si este gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, Instagram.

¿Conoce qué tipo de contenido publican?

Sí, se suben más videos de los entrenamientos de cada cliente.

¿El gimnasio en sus redes publica información de su trabajo o con él? ¿Qué tipo de información suele ser publicada?

Sí, fotografías sobre mí.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en las redes del gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Si, suelo publicar videos de asesoramiento para mis alumnos. Con el objetivo de motivar a la audiencia para que realice una buena técnica en sus ejercicios.

¿Cuentas con una presencia o un perfil personal activo en Instagram? ¿Qué tipo de contenido subes en tus publicaciones?

Si, en mi cuenta personal también subo las rutinas de mis estudiantes.

¿Sabes si los adolescentes que vienen a este gimnasio te siguen en Instagram?

Sí, tengo conocimiento de que los adolescentes que asisten a este gimnasio me siguen en Instagram.

De los contenidos que publicas en Instagram ¿cuáles son los que más consumen los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Las rutinas de ejercicios que publico en Instagram.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Las rutinas de ejercicios son lo que más les interesa.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en su red personal? ¿En cuáles publica estos contenidos y con qué objetivo?

Sí, rutinas de fuerza para todo tipo.

¿Qué tipo de influencia en la motivación y comportamiento de los adolescentes crees que se ha generado con el contenido de inspiración fitness que subes en Instagram?

Este tipo de contenidos les ha ayudado a los adolescentes a mejorar sus técnicas, su fuerza, su resistencia, para los chicos el objetivo es ganar más masa muscular y para las chicas la pérdida de peso, siendo algo muy positivo en su motivación.

¿Por qué crees que los adolescentes se comparan físicamente con las imágenes, vídeos o reels fitness que se encuentran en Instagram?

Porque es inspiración para ellos, puede ser positivo y negativo. Negativo por el hecho de ganar masa muscular de una manera más fácil y rápida ellos podrían utilizar un tipo de esteroides.

¿Alguna vez has reflexionado sobre si los contenidos que compartes en tu Instagram pueden tener una influencia negativa en la autoestima de los adolescentes?

Creo que no, porque de cierta forma estos tipos de contenidos que publico pueden influenciar a cualquier adolescente y dar ese primer paso de asistir a un gimnasio o cualquier centro de actividad física. Sin embargo, hay algo negativo, pero depende de los seguidores, por un error o equivocación en una persona vienen los malos comentarios, las críticas, en el cual uno puede estar con una autoestima alta, pero por ese tipo de comentarios esa autoestima se les viene abajo.

¿Cómo abordas las conversaciones sobre la apariencia física y el peso con los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Para mi todos somos igual, todos tenemos un primer día en el gimnasio. Si se viene a un gimnasio es porque venimos a cumplir un objetivo, y cada adolescente tiene un meta. Lo que

yo hago es motivarlo, aconsejarlo y hasta hay veces que los regaño diciéndole ¡vamos que si puedes! ¡no te rindas! Y entre otras cosas.

¿Qué medidas tomas para promover un enfoque saludable y equilibrado en la relación de los adolescentes con el ejercicio y la alimentación en tus publicaciones?

No hago publicaciones sobre la alimentación. Los entrenadores podemos dar consejos de nutrición, más no nutrición concisa como la daría un profesional.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

No tengan vergüenza todos tenemos un primer día en el gimnasio. Sean disciplinados, tal vez un día no estén motivados, pero la disciplina es constantemente y eso te va a llevar a tener los resultados que tanto deseas.

¿Qué recomendaciones les darías a otros entrenadores que publican contenido de inspiración fitness para adolescentes en redes sociales?

Dar lo mejor para los adolescentes, siempre guiarlos correctamente porque nosotros somos sus inspiraciones. Yo creo que una buena relación entre coach y alumno se verán muy buenos resultados. Lo que siempre les digo más que coach y alumnos sean amigos.

Entrevista a propietario de Iron Gym

Propietaria y administradora de Iron Gym

Tatiana León de la Cruz es ingeniera en contabilidad y auditoría, además de ser la representante legal del gimnasio. Ella gestiona de manera integral el área de caja y recepción.

¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el gimnasio?

En noviembre del 2024 cumplimos 3 años de funcionamiento.

¿Cuántos entrenadores laboran aquí?

Actualmente tenemos dos entrenadores, pero estamos por incorporar otro entrenador.

¿Promedio de personas que vienen en un día?

300 personas.

¿Asisten adolescentes a este gimnasio y cuál es el porcentaje?

Si, el porcentaje es de 7,4%.

¿Cuál es el horario de atención del gimnasio?

El horario de atención es bastante extenso, abarcando desde las cinco de la mañana hasta las diez de la noche de lunes a viernes. Los sábados, el horario es de ocho de la mañana a seis de la tarde, mientras que los domingos el gimnasio está abierto de ocho de la mañana a dos de la tarde.

¿Cuál es el horario en el que asisten más adolescentes?

Los adolescentes asisten a partir de las dos de la tarde. Nosotros también tenemos habilitado un plan estudiantil para beneficiar al estudiante e incentivarlo a que hagan ejercicio y dejen un poco atrás otros vicios, a ellos les cobramos un valor más económico de veinticinco dólares.

¿Qué servicios presta el gimnasio?

El gimnasio ofrece una variedad de servicios, incluyendo acceso a todas las máquinas con la supervisión constante de un instructor. Además, se brinda un servicio adicional de baile terapia. Las instalaciones cuentan con baños, duchas y vestidores para la comodidad de los usuarios.

¿Cuáles de estos servicios prefieren los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Los adolescentes que asisten a este gimnasio tienen preferencia por acceder a todas las máquinas y participar en las sesiones de baile terapia.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento generalmente se realiza para los adolescentes en este gimnasio?

Los adolescentes en este gimnasio disfrutan realizando ejercicios de musculación.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

Los adolescentes van porque les gusta, creo que más es como un hobby.

¿Qué tipos de cambios ha visto en los adolescentes que asisten a este gimnasio?

He visto muchos cambios, trabajan más en su cuerpo, se esfuerzan y se esmeran por llegar al objetivo que tiene, y en si ya es como una comunidad se podría decir.

¿Qué tipo de cambios ha visto en la autoestima de los adolescentes que asisten a su gimnasio?

Es evidente que los adolescentes mantienen una autoestima alta, ya que comparten fotos en sus redes sociales y muestran sus actividades. Muchos de ellos etiquetan al gimnasio en sus publicaciones, y para motivarlos aún más, suelo compartir estas fotos en las historias del gimnasio.

¿Su gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, contamos con Instagram, Tik Tok y Facebook.

¿En Instagram que contenidos publican y cómo lo publican?

Lo que más se publica son fotos y videos que los clientes nos etiquetan y eso comparto en las historias de Instagram del gimnasio, ya que es lo que más disfrutan. De alguna manera, esto les hace sentirse reconocidos y parte integral del gimnasio. Además de esto, las publicaciones que compartimos son informativas, detallando paso a paso las rutinas. En ocasiones, también incluimos contenido humorístico que involucra a los clientes del gimnasio, quienes amablemente colaboran.

¿Cuál es la periodicidad de las publicaciones que realizan en Instagram?

Por lo general se hacen dos publicaciones semanales y las historias si se publican todos los días.

¿Qué tipo de público tienen en Instagram?

Tenemos todo tipo de público.

¿Cómo cree que los usuarios adolescentes aplican el contenido que se publica en las redes sociales de su gimnasio?

Los adolescentes si aplican el contenido que se publica en las redes sociales de nuestro gimnasio, especialmente cuando se trata de publicaciones informativas sobre rutinas. Observamos que ponen en práctica las rutinas y los ejercicios que compartimos, mostrando un nivel de compromiso y participación activa en su búsqueda de mejorar su apariencia física.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en las redes de su gimnasio? ¿Con qué objetivo?

En todas nuestras publicaciones, nos esforzamos por motivar y atraer a más clientes. Para mejorar aún más, estamos planeando implementar publicaciones que destaquen historias reales de personas que han experimentado transformaciones significativas. Esto agregará un

componente testimonial y auténtico a nuestro contenido, mostrando resultados tangibles y motivando a otros a seguir su propio viaje de transformación.

¿Sus entrenadores tienen páginas en Instagram? ¿Qué contenido suben?

Sí, nuestros entrenadores tienen páginas en Instagram. En estas cuentas, comparten contenido informativo sobre temas relacionados con el fitness. Este contenido suele incluir consejos, demostraciones de ejercicios y otros temas relevantes para la comunidad fitness.

¿Conoce si los entrenadores generan contenidos des de inspiración fitness en las redes de su gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Claro a ellos les gusta hacer este tipo de contenidos con el objetivo de inspirar cambios.

¿Qué recomendarías a los entrenadores subir en las publicaciones de sus redes sociales, sabiendo que hay adolescentes que ven estos contenidos?

Les recomiendo que sean constantes en sus publicaciones y darles a conocer a los adolescentes que si se pueden cumplir sus metas.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales, a entrenadores e influencers fitness?

Les recomiendo que se unan al mundo fitness porque es bueno y no solamente es por cuestión de estética, sino por salud.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

Que toda esa inspiración que siguen en redes sociales la tomen como una herramienta para cambiar si es que de pronto tengan un pasatiempo que no les produzca nada, entonces que mejor hacer algo que les ayude tanto física y mentalmente como ir a un gimnasio.

Entrevista a entrenador de Iron Gym

Entrenador de Iron Gym

Marcos Olivo, de 32 años, entrenador de Iron Gym.

¿En tu rol como entrenador, cómo es trabajar con adolescentes?

Trabajar con adolescentes en mi rol como entrenador presenta ciertos desafíos, pero creo firmemente que nada es imposible.

¿Cuáles son los horarios en los que suelen asistir al gimnasio los adolescentes?

Los adolescentes suelen asistir de dos de la tarde hasta las cuatro de la tarde.

¿Cuál es el porcentaje aproximado de adolescentes que asisten a este gimnasio?

El aproximado es de 100 adolescentes.

¿Cuántas veces por semana vienen al gimnasio los adolescentes?

De lunes a jueves.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

Los motivos son diversos; algunos vienen para transformar su físico, buscando aumentar su fuerza, mientras que otros lo hacen para combatir el estrés o simplemente para ocupar su tiempo de manera productiva.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en este gimnasio?

Normalmente son ejercicios con poco peso.

CONTENIDO EN REDES

¿Conocer si este gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, en Instagram hay dos cuentas del gimnasio Iron World Gym y Iron World Cross Training.

¿Conoce qué tipo de contenido publican?

El contenido que se comparte son videos e imágenes que abarca ejercicios en máquinas, entrenamientos, motivación y elementos humorísticos.

¿El gimnasio en sus redes publica información de su trabajo o con él? ¿Qué tipo de información suele ser publicada?

Si, las rutinas de entrenamiento, competencias, fotos y video.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en las redes del gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Si, para tener más clientes, para generar confianza y motivación para las personas que me siguen.

¿Cuentas con una presencia o un perfil personal activo en Instagram? ¿Qué tipo de contenido subes en tus publicaciones?

Si, entrenamientos con mis alumnos y videos motivacionales.

¿Sabes si los adolescentes que vienen a este gimnasio te siguen en Instagram?

Si, la mayoría.

De los contenidos que publicas en Instagram ¿cuáles son los que más consumen los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Los videos motivacionales.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Hasta el momento, no he estado compartiendo ejercicios ni rutinas, aunque anteriormente sí lo hacía.

¿Qué tipo de influencia en la motivación y comportamiento de los adolescentes crees que se ha generado con el contenido de inspiración fitness que subes en Instagram?

Si, de cierta manera les ha influenciado para obtener su físico deseado.

¿Por qué crees que los adolescentes se comparan físicamente con las imágenes, vídeos o reels fitness que se encuentran en Instagram?

Ese espíritu juvenil, creo que les hace querer compararse y ser más fuertes o perder peso.

¿Alguna vez has reflexionado sobre si los contenidos que compartes en tu Instagram pueden tener una influencia negativa en la autoestima de los adolescentes?

No, todos los mensajes que comparto son motivacionales.

¿Cómo abordas las conversaciones sobre la apariencia física y el peso con los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Siempre he tratado de motivar a los adolescentes y ayudarlos a alcanzar sus objetivos presentándoles rutinas.

¿Qué medidas tomas para promover un enfoque saludable y equilibrado en la relación de los adolescentes con el ejercicio y la alimentación en tus publicaciones?

Trato de promover información sobre una buena dieta o de que es lo que nomas deben consumir.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

Que sigan con perseverancia, fuerza, buena alimentación y apliquen bien las técnicas.

¿Qué recomendaciones les darías a otros entrenadores que publican contenido de inspiración fitness para adolescentes en redes sociales?

Que hagan más contenido que en realidad les beneficie a los adolescentes para que ellos se motiven.

Entrevista a administrador de Nova Gym

Administrador de Nova Gym

Luis Arreaga, de 29 años, se destaca en el gimnasio como nutricionista deportivo y entrenador personal, además de poseer una licenciatura en pedagogía.

¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el gimnasio?

El gimnasio lleva ocho años en funcionamiento. He desempeñado el cargo de administrador durante un año y he trabajado como instructor durante dos años.

¿Cuántos entrenadores laboran aquí?

En el gimnasio laboran cuatro entrenadores, dos en la mañana y dos en la tarde.

¿Promedio de personas que vienen en un día?

300 a 400 personas al día.

¿Asisten adolescentes a este gimnasio y cuál es el porcentaje?

Si, dependiendo del rango de edad desde los 13 a 17 años de edad creo que un 60% son adolescentes.

¿Cuál es el horario de atención del gimnasio?

Comúnmente los horarios son de cinco de la mañana hasta las doce de la noche.

¿Cuál es el horario en el que asisten más adolescentes?

A partir de las 3 o 4 de la tarde asisten los adolescentes.

¿Qué servicios presta el gimnasio?

El gimnasio ofrece servicios como funcional training, fitness, bailo terapia, asesoría gratuita, disponibilidad de sauna y las comodidades necesarias para un servicio completo.

¿Cuáles de estos servicios prefieren los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Los adolescentes que asisten a este gimnasio prefieren principalmente el entrenamiento convencional y el acceso a las máquinas.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento generalmente se realiza para los adolescentes en este gimnasio?

Hay una rutina general que es pecho, pierna y espalda durante toda la semana.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

En el año 2020, el gimnasio inició su presencia en las redes sociales, logrando expandir los servicios de entrenamiento. Este es un gimnasio comercial que atrae a bastantes personas en comparación con gimnasios más pequeños y gracias a la presencia en redes sociales, se ha alcanzado un logro significativo.

Por lo general son muchos. Se inspiran a través de las redes sociales, no solo para el físico culturismo sino también para ejercicios de fuerza y ejercicio de crossfit. Además, que vienen a pasar el rato y tienen una bonita disciplina.

¿Qué tipos de cambios ha visto en los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Los cambios disciplinarios sobre todo han sido muy buenos porque hay chicos que por lo general suelen venir con una autoestima desordenada, pero al pasar el tiempo eso va mejorando, sin duda es un cambio más grande que he visto, aparte del cambio corporal que comúnmente suelen suceder en este tipo de actividades, por lo que genera confianza a los adolescentes de seguir viniendo.

¿Qué tipo de cambios ha visto en la autoestima de los adolescentes que asisten a su gimnasio?

Los adolescentes vienen con una autoestima muy baja. Yo no soy experto en el tema de psicología, pero por lo general las conversaciones que se tienen desde que inician hasta momentos de seguir actualmente se ve una buena mejoría sobre todo en su autoestima, como que hacer ejercicio al mejorar su estado físico los cambia en sus pensamientos también.

¿Su gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, las plataformas que usan son dos en Instagram y Facebook. WhatsApp se lo utiliza más como un medio de comunicación.

¿En Instagram que contenidos publican y cómo lo publican?

Se comparte más historias de lo que nuestros clientes realizan y etiquetan a la página del gimnasio y los posts se utilizan para interactuar con los clientes, así como para lanzar promociones, anuncios y otras noticias relacionadas con el gimnasio.

¿Cuál es la periodicidad de las publicaciones que realizan en Instagram?

Las historias se comparten diariamente, cada hora, mientras que los posts se publican cada tres días.

¿Qué tipo de público tienen en Instagram?

El público es general.

¿Cómo cree que los usuarios adolescentes aplican el contenido que se publica en las redes sociales de su gimnasio?

Lo aplican como un tema de información, un consejo que le da el gimnasio así mismo suele aplicar los ejercicios y los temas alimenticios.

¿Sus entrenadores tienen páginas en Instagram? ¿Qué contenido suben?

Algunos entrenadores sí generan contenido, y por lo general, este está relacionado con el ámbito en el que trabajan.

¿Conoce si los entrenadores generan contenidos des de inspiración fitness en las redes de su gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Los entrenadores casi no generan ese tipo de contenidos de inspiración fitness; por lo general, el gimnasio contrata a otras personas para llevar a cabo esa tarea.

¿Qué recomendarías a los entrenadores subir en las publicaciones de sus redes sociales, sabiendo que hay adolescentes que ven estos contenidos?

Yo estoy de acuerdo con los contenidos de los entrenadores y si pudieran seguir haciendo más a menudo sería mejor porque al público les llama mucho la atención esto.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales, a entrenadores e influencers fitness?

Les recomiendo que sigan los consejos, cada critica o cada valoración sobre algunos aspectos lo tomen de buena manera, pero teniendo en cuenta que en las redes se comparten también cosas que no son buenas.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

Los contenidos de inspiración fitness son muy bonitos. Yo empecé así mismo por redes y en ese tiempo a mí me inspiro. Seguir ese camino no solo se basa en sentirme seguro físicamente, sino que también en lo mentalmente, el gimnasio en si da una buena tranquilidad, siempre y cuando uno sepa cómo usarlo y cuando no sea excesivo.

Entrevista a entrenador de Nova Gym

Entrenador de Nova Gym

Miguel Ángel Porras, de 23 años, no solo es entrenador, sino también un competidor destacado en el fn

¿Cuéntanos tu experiencia como entrenador en este gimnasio?

Mi experiencia como entrenador en este gimnasio ha sido increíble. Amo lo que hago, es el trabajo de mis sueños.

¿En tu rol como entrenador, cómo es trabajar con adolescentes?

Trabajar con adolescentes en mi rol de entrenador puede resultar complicado, ya que algunos de ellos tienden a ser indecisos.

¿Cuáles son los horarios en los que suelen asistir al gimnasio los adolescentes?

Los adolescentes suelen asistir al gimnasio en el horario de dos de la tarde a seis de la tarde.

¿Cuál es el porcentaje aproximado de adolescentes que asisten a este gimnasio?

El porcentaje es del 60%.

¿Cuántas veces por semana vienen al gimnasio los adolescentes?

Los adolescentes suelen venir al gimnasio de lunes a jueves, frecuentando el establecimiento cuatro veces por semana.

¿Cuáles son los motivos por los que suelen llegar los adolescentes a este gimnasio?

Por depresión, porque están muy delgados, porque quieren estar fuertes y por salud.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en este gimnasio?

Para hombres tren superior, pecho, espalda y tríceps. Para las mujeres tren inferior, piernas y glúteos.

CONTENIDO EN REDES

¿Conocer si este gimnasio tiene redes sociales? ¿Cuántas son y en qué plataformas?

Si, Instagram y Facebook

¿Conoce qué tipo de contenido publican?

Promociones, rutinas de ejercicios, planes alimenticios, memes.

¿El gimnasio en sus redes publica información de su trabajo o con él? ¿Qué tipo de información suele ser publicada?

No publica información de mi trabajo.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en las redes del gimnasio? ¿Con qué objetivo?

Casi no, más publican información sobre el gimnasio como anuncios y promociones con el objetivo de motivar y atraer más clientes.

¿Cuentas con una presencia o un perfil personal activo en Instagram? ¿Qué tipo de contenido subes en tus publicaciones?

Si, en mi cuenta de Instagram subo rutinas del gimnasio y video motivacionales.

¿Sabes si los adolescentes que vienen a este gimnasio te siguen en Instagram?

Si, la mayoría.

De los contenidos que publicas en Instagram ¿cuáles son los que más consumen los adolescentes que asisten a este gimnasio?

Los adolescentes que asisten a este gimnasio consumen más las rutinas.

¿Qué tipos de ejercicios y rutinas de entrenamiento realizas para los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Secciones de pecho, espalda y hombros es lo que más le causa atención.

¿Genera contenidos de inspiración fitness en su red personal? ¿En cuáles publica estos contenidos y con qué objetivo?

Si, con el objetivo de incentivarlos a que hagan deporte, para que cambien su manera de pensar y de ser.

¿Qué tipo de influencia en la motivación y comportamiento de los adolescentes crees que se ha generado con el contenido de inspiración fitness que subes en Instagram?

Este tipo de contenidos les gusta porque comentan y comparte y aprenden.

¿Por qué crees que los adolescentes se comparan físicamente con las imágenes, vídeos o reels fitness que se encuentran en Instagram?

Porque quieren llegar a ser lo que ven, es su punto de inspiración y si tienen dedicación y disciplinan lograrán su objetivo.

¿Alguna vez has reflexionado sobre si los contenidos que compartes en tu Instagram pueden tener una influencia negativa en la autoestima de los adolescentes?

No, lo que yo publico en mi red social lo hago para que se motiven y practiquen ese deporte.

¿Cómo abordas las conversaciones sobre la apariencia física y el peso con los adolescentes en tu cuenta de Instagram?

Internamente me han comentado que quieren cambiar su apariencia física, bajar de peso y pues lo que hago es aconsejarlos.

¿Qué medidas tomas para promover un enfoque saludable y equilibrado en la relación de los adolescentes con el ejercicio y la alimentación en tus publicaciones?

En cada post que suelo subir le se dejar información de lo que deben comer, que verduras comer y que batidos preparar.

¿Qué recomendaciones le das a aquellos adolescentes que siguen en redes sociales contenidos de inspiración fitness?

Mi recomendación es que se inspiren y tomen la decisión de empezar en el gimnasio porque si lo logran hacer no tienen idea de hasta donde pueden llegar.

¿Qué recomendaciones les darías a otros entrenadores que publican contenido de inspiración fitness para adolescentes en redes sociales?

Les recomiendo a otros entrenadores que sean sinceros con lo que publican, sean comprensibles, estén dispuestos a enseñar y no estén en fantasías básicamente, ya que los adolescentes se dejan llevar por eso.

Entrevista a influencer internacional

Influencer Juan Wagner

Juan Wagner, creador de contenido fitness, cuenta con 430mill seguidores en Instagram.

¿Cuéntanos tu experiencia como influencer fitness en Instagram?

Realmente llevo creando contenido casi dos años, sobre todo en la plataforma de Instagram, un año y medio en Tik Tok y en YouTube comencé hace poco. La verdad es un camino largo en el cual uno tienen que transformar el contenido, hallar diferentes formatos, diferentes maneras de comunicar un mensaje y al mismo tiempo brindar valor. En mi caso he reestructurado también como mando mensajes.

¿Qué tipo de contenido subes y con qué frecuencia?

Intento publicar un video en formatos cortos al día en Instagram, Tik Tok, Facebook y en YouTube videos largos semanales.

¿Qué tipo de contenido de inspiración fitness compartes en tu perfil?

Lo que publico son correcciones de ejercicios, métodos de entrenamiento, recetas, a veces también comparto cómo bajar de peso, cómo aumentar masa muscular, tips y consejos. Pero son pocos los videos motivacionales.

¿Cuál es tu objetivo principal al compartir este tipo de contenido en Instagram?

Mi objetivo principal es ayudar a la mayor cantidad de personas posibles para que consigan una manera más saludable a través del entrenamiento, la alimentación y la mentalidad. Esa es básicamente mi misión y pues que tengan una relación más sana con su propio cuerpo, que no se vayan a poner obsesivos de ganar masa muscular, tampoco no caer en las dietas extremistas, sino que cada persona halle lo que le funcione y lo que se adhiere a su vida.

¿En las imágenes o videos de inspiración fitness que tipo de tratamiento tecnológico le das o lo subes como se captura?

Bueno, primero toca sacar la idea del video, luego el guion, seguido de eso que material necesito para el video, si son cosas sobre el gimnasio buscar el espacio, después de grabar edito en CapCut en el cual pongo subtítulos, los recortes y lo público con una descripción. Básicamente ese es el proceso que realizo para subir los contenidos.

¿Alguna vez has recomendado alguna rutina de ejercicios o dietas solo porque la mayoría de influencers fitness los comparten?

No, yo no estoy promoviendo “x o y” entrenamientos en particular, yo siempre trato de buscar lo que a cada persona se le acomode.

¿Cómo eliges las imágenes y mensajes que compartes para motivar a tus seguidores de Instagram, respecto al fitness y salud?

No saco imágenes externas de otros lados. Las imágenes que publico son selfie más sonriendo con un mensaje que se me ocurra en el momento o hago mensajes con la lectura de la biblia que me pueda servir para compartírselo a la gente y estas selfie las publico casi diariamente.

¿Cómo son los cuerpos que se promueven en imágenes, videos o reels de contenidos de inspiración fitness?

Eso ya depende de lo que vea cada persona, al final la decisión es propia de que es lo que uno consume, pero lo que se vuelve viral si tiende a ser más llamativo como un cuerpo con un porcentaje más bajo en grasa y con mayor cantidad de masa muscular. Pero también puedes ver una persona normal como yo que casi no muestro mi estado físico porque promuevo más lo que es sobre la salud, los beneficios de los entrenamientos y la alimentación.

Del total de seguidores que tienes en Instagram, ¿qué porcentaje son adolescentes?

La última vez que vi la estadística eran aproximadamente entre un 25% y 30%.

De los contenidos que publicas en Instagram sobre inspiración fitness ¿cuáles son los que más consumen los adolescentes que te siguen?

Creo que es más apropiado preguntarles a los adolescentes porque son ellos quien los consumen.

¿Qué ejercicios y rutinas públicas en Instagram para adolescentes?

El contenido va direccionado para todas las personas, pero si suelo responder dudas que me mandan al privado y pues la mayoría son adolescentes.

¿Qué imágenes herradas se pueden estar promocionando en adolescentes con el contenido de inspiración fitness?

En eso si hay muchas cosas que digamos son herradas en cuanto a que promueven cosas que no son saludables y cuando se promueven ese tipo de cosas está mal totalmente. Imagínense un adolescente que aún está en desarrollo son cosas que pueden marcar en su futuro de gran manera. Con todo lo que se ve hoy en día hay que tener mucho cuidado y hay que ser sabios con todo lo que vemos en redes sociales porque mucha gente no es transparente con lo que publica y con lo que hace.

¿Qué deben tener en cuenta los influencer fitness a la hora de publicar contenidos que serán visto por adolescentes?

Muchas veces los adolescentes no suelen pensar de más a cerca de lo que hacen otras personas, hay que tener en cuenta que cada persona es diferente y no todo lo que ven en las redes les va a funcionar.

¿Cuáles son los mensajes que has recibido de tus seguidores especialmente adolescentes sobre el impacto de tu contenido en su aspecto físico y mental?

Eso es algo que me ha sorprendido bastante porque muchos me escriben diciendo que si les sirve mi contenido. Me dicen a veces que les alegro el día o me han llegado personas con depresión a contarme sus cosas y pues les brindo palabras de ayuda, los motivo y eso hace que se sientan un poco más tranquilos. La gente se abre hablando conmigo y muchos de ellos me dicen que he logrado impactar positivamente en sus vidas.

¿Has recibido mensajes, especialmente de adolescentes, sobre un cambio de dieta o la ejecución de ejercicios que publicaste en tu perfil de Instagram?

Si, esto se repite bastante porque corrijo técnicas de ejercicios, doy consejos y pues muchos adolescentes me han dicho que si les han servido tales consejos, que los han puesto en práctica y en tres meses han visto buenos resultados o lograron progresar en un ejercicio específico. La verdad me siento muy contento por eso.

¿Qué recomendaciones les darías a los adolescentes que te siguen en tus redes sociales y consumen los contenidos de inspiración fitness?

Mi mayor consejo en la vida que se lo doy a cualquier persona es que busquen la armonía espiritual, no se queden solo con lo físico, sino que también pues en lo posible busquen de Dios porque es lo que realmente puede unir todo esto. La parte espiritual es algo tan importante y que puede sobre salir y destacar en el resto de las áreas y que nos da plenitud, paz y tranquilidad. Muchas veces esos adolescentes ante la depresión acuden al gimnasio y eso hace que se refugien en el físico lo cual no es muy saludable mentalmente porque se puede convertir en una obsesión. Lo mejor es buscar primero de Dios siempre para ser una mejor persona.

Ya después el entrenamiento la alimentación hay va, no pasa nada con un día que no puedas ir a entrenar, sean pacientes y no se afanen.

¿Qué recomendaciones les darías a otros influencers o entrenadores, que publican activamente contenido de inspiración fitness en sus redes sociales?

Hay que predicar con el ejemplo porque básicamente es eso y que sean muy sabios con todo lo que están publicando en las redes sociales.

Entrevista a influencer local

Influencer Cesar Valdez

César Valdez, de 32 años, entrenador profesional y competidor a nivel nacional.

¿Cuéntanos tu experiencia como influencer fitness en Instagram?

Mi experiencia como influencer empieza en el 2014, el tema de competir a nivel nacional me dirigió hacia eso, también porque me gusta, me gusta hacer deporte y desde esa fecha fui empezando. A nivel nacional tengo muchos conocidos en el mundo deportivo y bueno esto requiere de muchos años atrás en la cuestión de trabajar, entrenar y competir.

Hoy en la actualidad he mejorado mucho en las redes sociales.

¿Qué redes sociales utiliza?

Instagram y Facebook, pero Instagram el manejo mejor, ahora con mi compañero de trabajo que es Andriuz realizamos reels, fotos profesionales y realmente eso ha ido moviendo más mi página de Instagram.

¿Tipos de contenidos que realiza?

Entrenamiento, competencias y un poco sobre mi vida personal con mi hija, que son las dos cosas que amo más en la vida y comparto en mi página.

No me considero como un influencer top, pero suelo compartir esos contenidos cada dos semanas o cada mes un post, un reels e historias.

¿Qué tipo de contenido de inspiración fitness compartes en tu perfil?

Entrenamientos, temas de competencias, mezclo mi vida de fisicoculturista y ser un buen padre. Hay algunos que les admira eso, me felicitan por el entrenamiento, la alimentación, disciplina y por ser un buen padre, es como algo que va de la mano y gracias a eso tiene buena acogida mi página.

¿Cuál es tu objetivo principal al compartir este tipo de contenido en Instagram?

Yo lo hago porque me gusta, pero si alguien ve lo que comparto me gustaría que se sientan inspirados. El tema del gimnasio, de competir, verse bien, ser más fuerte, motiva muchísimo más que todo a los adolescentes.

¿Cuáles son las fuentes a la que recurres para crear contenido de “fitspiration”?

Todo lo que comparto es por lo que sé, he aprendido con preparadores que me han enseñado cómo debo entrenar y alimentarme.

Existen muchos influencers en quien inspirarse, pero hay muchos que sobrepasan los niveles a los resultados de los que uno quiere llegar y creo que no son tan realistas en lo que hace.

¿Cómo eliges las imágenes y mensajes que compartes para motivar a tus seguidores de Instagram, respecto al fitness y salud?

Lo que es mensajes, siempre trato de dar algo corto, motivacional, disciplina y lo que es imágenes trato de que salgan bien, perfecto y acorde a lo que se quiere informar.

¿Cómo son los cuerpos que se promueven en imágenes, videos o reels de contenidos de inspiración fitness?

La mayoría son cuerpos que se ven hábiles físicamente por el entrenamiento, porque hay personas que realmente viven de esto que prácticamente es toda tu vida estar ahí para mantener ese estado físico por un motivo que tal vez después no valga la pena porque siempre está en juego tu salud.

Del total de seguidores que tienes en Instagram, ¿qué porcentaje son adolescentes?

50%

De los contenidos que publicas en Instagram sobre inspiración fitness ¿cuáles son los que más consumen los adolescentes que te siguen?

Lo que es el contenido de entrenamientos.

¿Qué ejercicios y rutinas públicas en Instagram para adolescentes?

No soy muy específico en eso, pero siempre trato de publicar algo que inspire y motive, es algo general lo que comparto.

¿Qué imágenes herradas se pueden estar promocionando en adolescentes con el contenido de inspiración fitness?

Realmente puede que, si se esté promocionando este tipo de imágenes, muchas veces como todo los que competimos hacen el consumo de sustancias y realmente eso viene hacer un problema de salud, ya que hay adolescentes que piensan en eso y realmente no conviene, no ayuda.

¿Qué deben tener en cuenta los influencer fitness a la hora de publicar contenidos que serán visto por adolescentes?

Promover cosas que realmente valgan la pena, ya que muchas veces se promueve el consumo de suplementos, dietas que no van acorde con todas las personas, el consumo de esteroides.

¿Qué recomendaciones les darías a los adolescentes que te siguen en tus redes sociales y consumen los contenidos de inspiración fitness?

Sigan entrenando, comiendo bien y que no se dejen llevar de los vicios porque no son nada bueno. Asistir al gimnasio es algo muy bonito y motivacional para cada uno, ya que hace sentir bien en la autoestima y entonces emocionalmente se mejora bastante.

Entrevista a nutricionista

Nutricionista

Mario Ariza es licenciado en nutrición en dietética y estética, completando su grado en 2019 en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Actualmente, posee una maestría en nutrición deportiva y cuenta con la certificación internacional ISAK nivel 2. Esta certificación le permite realizar mediciones corporales detalladas, incluyendo el porcentaje de grasa, masa muscular, peso óseo y peso líquido. Es el único profesional en la provincia de El Oro con esta certificación. Además, Mario es propietario de Nutrisport, un gimnasio que lleva funcionando un año y medio.

¿Cuéntanos tu experiencia como nutricionista que trabaja en un gimnasio?

En el ámbito deportivo, cuento con tres años de experiencia y este sería mi cuarto año. Durante los tres años anteriores, a partir de 2021, trabajé como nutricionista para el equipo de Orense Sporting Club. En este año, me he centrado aún más en el gimnasio, donde he enfrentado diversos casos, incluyendo pérdida de peso, aumento muscular y también he asumido el rol de nutricionista principal de cabecera de un powerlifting.

¿Cuentas con una presencia activa en Instagram?

Si, cuento con una página personal y con dos comerciales: nutrisportmch y nutrimarioariza. En la página del gimnasio es donde promuevo más temas de alimentación y ejercicios.

¿Con qué frecuencia subes contenido en Instagram relacionado con el tema del fitness?

Comparto información fitness casi diariamente, no sabría decir una cantidad exacta, pero diariamente se revisa publicaciones, videos, información y así mismo se comparte esta información que sea certera y valida, ya que actualmente existe bastante desinformación que confunde al lector en el uso de las redes.

¿Qué tipo de contenidos de inspiración fitness compartes en tu perfil para los adolescentes?

En la inspiración, tenemos un caso registrado de una persona que se presentó en el gimnasio, no recuerdo el peso actualmente, pero sí tuvo una pérdida de 10 kilos de grasa en dos meses, con un extremo cuidado siendo responsable en su alimentación y en sus ejercicios. También compartimos las rutinas de ejercicios, como comenté hay muchas desinformaciones, técnicas mal representadas en las redes sociales y por esa cuestión en nuestro gimnasio el enfoque que tenemos es que los entrenamientos sean guiados más que nada para prevenir lesiones y que haya buenos resultados.

Del total de seguidores que tienes en Instagram, ¿qué porcentaje son adolescentes?

Casi un 15% son adolescentes.

¿Qué tomas en consideración al momento de seleccionar las imágenes o videos que publicas para los adolescentes?

Lo principal es el enfoque, es lo que más les llama la atención a los adolescentes. Ellos siempre se inspiran con algunas imágenes como tal, ósea alguien referente que podamos decir, ese mismo alguien que tenga en estos casos sería alguien cómico, pero que también de frases e información con relevancia.

¿Qué contenidos de inspiración fitness prefieren los adolescentes que te siguen?

Los adolescentes en su mayoría han llegado al gimnasio delgados queriéndose ver mejor. Lo principal es que quieren atraer, verse bien, llamar la atención de una chica o de un chico. Bueno y mi función como profesional es inculcar a que ellos se alimenten bien, porque de que sirve ver ejercicios, ver suplementos si no van al acorde de edad con ellos.

¿Qué efectos o consecuencias se pueden generar en adolescentes la inspiración fitness de Instagram en términos de lo que son hábitos alimenticios?

Muchísimo, porque muchos han llegado y me han dicho que mire esto en Instagram y en Tik Tok ¿está bien o mal? Y yo les digo puede que este bien y puede que este mal, pero depende del metabolismo de esa persona, sus rutinas y actividades, entre otras cosas más. Entonces tiene mucho impacto con lo que se ve en las redes sociales hoy en día para todas las cuestiones.

¿Qué mensajes incluyes sobre la importancia de una alimentación balanceada y sostenible en tus publicaciones de Instagram?

Lo mensajes que suelo dar es sobre la importancia de la alimentación en un 70% para tener los resultados y con el 30% que se enfoca en la actividad física. De que sirve tener un entrenamiento de altas intensidades, desgastando musculo, rompiendo fibra si luego no sumo una buena cantidad de proteína, carbohidratos y entre otras cosas.

¿Qué estrategias incluyes en tu contenido de Instagram respecto a la alimentación para los adolescentes?

Doy tips de las principales fuentes de alimentos, en dónde podemos conseguir alimentos ricos en grasas, proteínas y carbohidratos.

¿Qué imágenes herradas se pueden estar promocionando en adolescentes con el contenido de inspiración fitness?

Las imágenes es algo que uno primero ve a diferencia de las letras, así que considero que es muy importante seleccionar que imagen uno va a publicar. Siento que es un tema muy complejo que a primera vista parece sencillo, pero tiene que ser algo que a la primera vista debe ser algo que te llame la atención

¿Qué deben tener en cuenta los influencer fitness a la hora de publicar contenido que será visto por adolescentes?

Deben tener bastante responsabilidad, saber con qué fin van a publicar ese tipo de contenidos. Porque he visto videos, reels, fotos subidas por estas personas que no tienen conocimientos completos de nutrición. Siempre me pregunto “¿por qué hacen eso, cual es el motivo?” no se focalizan en que solo es puro márketing. La verdad que me considero una persona silenciosa, pero veo ese tipo de cosas y me pregunto “¿qué es lo que está pasando?”, puedo ser profesional, pero no me gusta ser mal profesional hablando de otras personas, sino que veo y callo. Mediante esta entrevista estoy para aclarar eso que siempre es importante focalizarte y acudir a un profesional.

¿Cuáles son los mensajes que has recibido especialmente de adolescentes sobre un cambio de dieta o de ejercicios que has publicado en Instagram?

Si he recibido mensajes de adolescente. Sin embargo, cuando se plantean preguntas específicas como "¿Cómo se llama ese ejercicio?", "¿Qué músculo trabaja ese ejercicio?", "¿Para qué es bueno ese alimento?", "¿Cuántas veces a la semana debo comer?" y "¿Qué cantidades?", yo les proporcionar información hasta donde sea posible sin, al mismo tiempo, buscando que la persona pueda confiar en mí, pero hay un punto en el que me dicen, por ejemplo, “¿Cuánto debo de comer para subir mi masa muscular?” Eso, para mí, ya es imposible responderle, porque primero no conozco a esa persona de manera presencial, no sé de sus antecedentes patológicos y cuanta masa muscular tiene. Es muy importante conocer el peso y más muscular porque embace a eso se establece una dieta

¿Qué recomendaciones les darías a los adolescentes que te siguen en las redes sociales y que consumen tu contenido?

Como siempre les digo, cuiden de su alimentación porque eso es lo que van a hacer todos los días, alimentarse. Sino no lo hacen bien no van a tener buenos resultados tanto en la parte de actividad física como en la salud.

¿Qué recomendaciones les darías a otros influencers, entrenadores y nutricionista que publican activamente contenido de inspiración fitness en sus redes sociales?

Sean responsables con lo que están haciendo, trabajen para un bien, siempre cuidando de la salud de otras personas, siempre fomentar la salud y los buenos hábitos. Y a los nutricionistas como tal que sigan haciendo bien su trabajo, asesorasen bien porque cada día hay cosas nuevas.

Entrevista a psicólogo experto en el área deportiva

Psicólogo deportivo

Steward Vázquez, aparte de psicólogo, ha tenido la experiencia de ser deportista a nivel profesional, ha realizado varios estudios sobre la psicología deportiva, ha formado parte en el área de psicología en Orense Sporting Club y actualmente trabaja en el Ministerio de Salud Pública como psicólogo clínico tratando múltiples situaciones que se presentan en la salud pública.

¿Cuéntanos tu experiencia como psicólogo en el área deportiva?

Mi experiencia en el área deportiva se basó en llevar el ámbito deportivo con mis estudios de psicología, yo fui futbolista profesional y mientras estaba en ese tema del fútbol y por experiencias vividas empecé a sentir e identificar situaciones emocionales que se atraviesan a partir del deporte. Luego, mediante estudios, se identifican los procesos cognitivos diferentes de quienes llevan una vida deportiva activa con quienes llevan una vida deportiva pasiva y que en realidad son más las afectaciones emocionales para los que llevan la vida deportiva pasiva. Como psicólogo deportivo ya de alto nivel están los temas de autoconfianza, motivación, motivación intrínseca, motivación extrínseca, situaciones interpersonales, situaciones personales, situaciones familiares, tipo de crianza, temas de conducta, objeciones y procesos cognitivos de cada deportista. Entonces es ahí donde se realiza el trabajo adecuado, sea en procesos individuales o grupales.

Entre las experiencias propias está el tema de que cuando un deportista llega a tener un estímulo condicionado ya sea positivo o negativo hay mucha repercusión en su rendimiento, por ejemplo, hay deportistas que se esfuerzan muchísimo y que de una u otra manera durante una semana hacen un muy buen trabajo, pero llega en fin de semana y no logran obtener un buen rendimiento adecuado porque lamentablemente el cuerpo o las circunstancias no se dieron como tal. Aprender a tener esa tolerancia a la frustración de forma adecuada es lo que garantiza un buen deportista de alto nivel, poder sobre ponerse de esa mala experiencia, ya que hay deportista en el cual se le dificultan mucho tener una mala experiencia porque la llevan y la mantienen acarreado y entonces es ahí cuando las afectaciones en tu rendimiento y la parte emocional afectan directamente.

¿Cuentas con una presencia activa en Instagram?

En realidad, estoy empezando a activarme en mis redes sociales, justamente estoy pasando por un proceso de realizar contenidos y a propósito tengo una sección que vamos a implementar esto con un grupo que hace este tipo de trabajo de activación en las redes sociales. Actualmente

como soy un servidor público tengo poco tiempo. Sin embargo, si me gusta y voy a dedicar más tiempo en estas situaciones.

Como había comentado sobre mi vida deportiva, yo actualmente sigo haciendo ejercicio, me gusta asistir al CrossFit diariamente, tener un estilo saludable y con hábitos positivos porque te da como un plus extra a tus situaciones emocionales diarias, como que te ayuda a canalizar de buena forma problemas que todas las personas tenemos y eso se vuelve como un escudo protector, una fortaleza que te ayuda para tener un poco de tolerancia ante las situaciones e incluso a las preocupaciones diarias que se tienen.

De mi parte hoy brindo consultas con todo tipo de deportes, por ejemplo, tengo una paciente que es jugadora de básquet donde anhelaba mucho ser seleccionada, pero lamentablemente no fue así y ahora se siente desmotivada y eso te lleva de la mano a la pérdida de confianza.

El psicólogo deportivo ayuda a canalizar y a comprender las buenas relaciones entre esfuerzo, dedicación y cosecha de éxito.

Tanto en el deporte como en la vida diaria podemos tener estas situaciones frustrantes, pero lo más importante es ser objetivos en el tipo de respuesta que queramos obtener porque estas derrotas van a causar en mi sentirme frustrado, desmotivado y no voy a querer a volver a intentarlo o esta derrota me va a decir ¿en qué fue lo que falle?, ¿en qué tengo que mejorar?, ¿dónde estuvo ese espacio para darle lugar a la derrota?, ¿qué es lo que podría hacer para mejorar? Si nos enfocamos en la resolución de los problemas podemos seguir caminando para adelante.

¿Cómo cree que el contenido de inspiración fitness publicada en redes sociales influye en la autoestima de los adolescentes?

Como todo acto publicitario sobre todo en redes sociales, en este caso yo durante consultas o situaciones de la vida diaria siempre recomiendo que el contenido que emiten las redes sociales es lo que uno quiere ver, para eso están los algoritmos del internet, si tú pretendes buscar comidas siempre te aparecerán comidas, pero si tu busca algo de inspiración fitness pues es bueno porque te transmite ese mensaje de que una vida activamente te va a dar ese escudo, esa fortaleza que solo el deportista activo la siente y el que no pues dirá que no siente nada.

Solo el que verdaderamente lo mantiene sabe que es bueno para la liberación de estrés, canalización de emociones, para quienes se sienten tan cansados y al momento de empezar a hacer el trabajo muchas veces le da un poco de desanimo. A partir de ese mensaje de que te agrega o que te da la vida fitness, la vida saludable, lo que te inspira, lo que buscas es lo que realmente se pretende llegar a los adolescentes en el aspecto de la autoestima, el amor propio, también mantener un tiempo ocupado hace que tu mente no esté pensando en situaciones vagas

e incluso tener vicios o de lo que lamentablemente está sucediendo en nuestro país, además de evitar el tema de equivocarnos al momento de pensar que el adolescente impone respeto al pertenecer a una banda cuando lo que en realidad está imponiendo miedo en la sociedad, se confunde las cosas entre respeto y el miedo.

La inspiración fitness es algo que logra atrapar a los adolescentes y que cada día más sean los que se unan a ese estilo de vida, es lo adecuado para obtener un resultado positivo en la sociedad, entonces es un nexo directo entre los estímulos y el objetivo a alcanzar cada individuo, cada adolescente e incluso estos mensajes son formas preventivas para tener un estilo de vida saludable.

Netamente he visto mucho de estos temas en Instagram que se lo maneja bastante, el tipo de población que mantiene activa sus cuentas de Instagram son como menos llenas de morbo y contenidos irreales como lo está actualmente Facebook.

¿Qué efectos o consecuencias se pueden generar en adolescentes la “fitspiration” de Instagram?

Alimentario e incluso en el tema de la autoestima muchas veces si logramos ver que, para emitir un mensaje, un flayer o una publicidad no encuentras un cuerpo normal, sino un cuerpo definido, entonces esa es el estereotipo del cual se busca, entonces los usuarios cuando no son bien manejados logran enfocarse tanto en querer verse así y busca la forma, pero y si lamentablemente no se canalizan bien estas situaciones se puede llegar a tener un trastorno de conducta, alimenticia, emocional, pérdida de la autoestima, si no se obtiene una buena tolerancia a la frustración y al esfuerzo para alcanzar a los objetivos propios entonces si producen consecuencias negativas porque dejas de hacer tu vida cotidiana. Todo es saludable, pero de una manera equilibrada porque hay personas que no quieren nada más que solo ir al gimnasio y descuidan el resto de sus vidas y por eso se debe llevar un manejo adecuado.

¿Qué comparaciones suelen hacerse los adolescentes con sus cuerpos con el contenido de inspiración fitness que se encuentra en Instagram?

Lamentablemente si he visto muchos casos en los que se idealizan y la no aceptación de mi cuerpo genera un problema, en consulta he tenido pacientes que llevan dietas demasiadas rígidas y terminan teniendo afectaciones en su salud, es tanta la idealización hacia un cuerpo que lo muestran en redes sociales que descuidan su salud.

Por supuesto que en el ámbito deportivo se necesita una dieta adecuada, para llevar un esfuerzo físico, no se trata de bajar la alimentación, se trata de alimentarse de una buena manera para responder de una manera positiva al ejercicio. Cuando no hay un manejo profesional y adecuado es cuando más se presentan estos problemas.

¿Qué estrategias existen para abordar la influencia de inspiración fitness en la autoestima de los adolescentes y prevenir posibles problemas de salud mental?

Evitando el tema de exponerse e idealizar situaciones fisiológicas, por ejemplo, el manejo adecuado durante la alimentación y sobre todo las personas que manejan la inspiración fitness sean personas capacitadas para dar esa información a los adolescentes interesados en este tipo de inspiraciones, para que tengan un abordaje adecuado, ser específicos con el tiempo para obtener esos resultados, que el esfuerzo y tu vida fuera del gimnasio también se debe cuidar, no solo enfocarse en el cuerpo, sino también en obtener un estilo de vida saludable.

Entendamos que el deporte es salud y que eso te ayudara a sentirte bien cada día, evitar que solo al momento de lograr ese objetivo puedan verse bien mientras tanto no se ven bien, para eso si es importante tomar en considerar muchísimo a las personas capacitadas, los aspectos cognitivos de esas personas que tengan un acercamiento a la inspiración fitness y tener un adecuado manejo profesional.

¿Qué recomendaciones les darías a los adolescentes que siguen contenidos de inspiración fitness en Instagram?

Sean identificar cual es la finalidad de estos contenidos, ¿qué es salud? No es estar de forma desfigurada, que la inspiración fitness como bien lo dice es algo motivacional y eso te lleva a obtener cosas saludables y la salud se trata de equilibrio, canalizar nuestras emociones, ideas de forma regularizadas donde podamos entender que nuestro esfuerzo nos llevara a obtener logros positivos ya sea corto, mediano o largo plazo. También manejar un plan estratégico de a ¿dónde quiero llegar?, ¿cómo lo voy a hacer?, ¿en qué tiempo y espacio? Sobre todo, que si siguen una vida fitness se logren complementar con redes de apoyo ósea grupos de amistades donde todos tengan las mismas ideas positivas en cuanto a lo que buscamos.

¿Qué recomendaciones les darías a influencers, entrenadores que publican activamente contenido de inspiración fitness en sus redes sociales?

Que cada publicidad, imagen o video que emitan logre obtener un mensaje de motivación como tal, que cada usuario que se adhiera a este tipo de vida sea bien manejado, empoderado, valorar su día a día y cambios en su cuerpo, que poco a poco se considere un día de esfuerzo y siempre manejándolo con alto nivel de autoestima de cada participante, emitir mensajes positivos como “que bien te ves”, “estas avanzando muy bien”, “tú puedes dar más” Y siempre tener presente la salud mental que es en realidad la parte fundamental en cuanto a la inspiración.

Matriz de análisis de contenido de los entrenadores de los gimnasios de estudio

Tabla 26.

Análisis de contenido de los entrenadores de los gimnasios de estudio

| Influen cer | N° | Fecha | Descripción de la publicación | Formatos | Tipo de contenidos de “fitspiration” | Imagen corporal promovi da | Impacto en las interacciones |
|-----------------|----|----------------|--|----------|---|-------------------------------------|---|
| César Valdez | 1 | 06/02/ 2024 | Conoce a estos campeones. ¡Participa y gana! | Imagen | Invitación y promoción para un evento en vivo con dos personajes destacados | Cuerpos musculos os | Esta publicación cuenta con 38 “me gusta”, pero no ha logrado obtener una participación activa de sus seguidores en los comentarios. |
| | 2 | 10/02/ 2024 | Te amo ma | Reel | Video realizando ejercicio en una máquina de gimnasio, incluye audio motivacional | Cuerpos musculos os | El reel ha generado una gran cantidad de interacciones con 100 “me gusta”, aunque la participación en comentarios se limita a dos usuarios comentando emoji de fuego siendo una reacción positiva, pero con una falta de compromiso en dejar comentarios detallados. |

| | | | | | | | |
|---------------|---|------------|------------------------------|--------|--|-------------------|--|
| Marcos Olivo | 1 | 05/02/2024 | No tiene ninguna descripción | Reel | Video realizando ejercicio en una máquina de gimnasio | Cuerpo musculos o | Los reel han recibido una baja interacción, de “me gusta” y comentario, la causa de esto podría ser por |
| | 2 | 06/02/2024 | No tiene ninguna descripción | Reel | Video realizando ejercicio con pesas, incluye audio motivacional | Cuerpo musculos o | la falta de información, ya que esto limita a la participación de la audiencia provocando insatisfacción. |
| | 3 | 08/02/2024 | No tiene ninguna descripción | Imagen | Fotografías mostrando su figura musculosa en el gimnasio | Cuerpo musculos o | Esta publicación cuenta con 45 “me gusta”, pero no ha logrado obtener una participación activa de sus seguidores en los comentarios. |
| Miguel Porras | 1 | 19/02/2024 | Un pasito adelante | Reel | Video mostrando su cuerpo en el gimnasio | Cuerpo musculos o | Este reel cuenta con 40 “me gusta” y un comentario con emoji de músculos. Aunque se demuestra cierto interés por parte de la audiencia, la participación en comentarios es limitada. |

| | | | | | | |
|---|----------------|------------------------------------|----------|---|---------------------------|---|
| 2 | 24/02/ 2024 | No tiene ninguna descripción | Historia | Fotografía en el espejo del gimnasio con su ropa de entrenamiento | Cuerpo musculos o | No se puede medir el impacto en las interacciones |
| 3 | | No tiene ninguna descripción | Historia | Fotografía en el espejo del gimnasio mostrando sus músculos | Cuerpo musculos o | |
| 4 | | No tiene ninguna descripción | Historia | Fotografía en el espejo del gimnasio con una chica | Cuerpos musculos os | |

Fuente: Instagram de los entrenadores.

Elaboración: Alicia Bosmediano y Leonela Muñoz.