



Escuela de Administración

Asistente de Investigación II

Impacto De Las Tendencias de Instagram

Presentado por:

Andrés Ovalle Sperber

Paula Angelica Lopez Rodriguez

Bajo la dirección de:

Oscar Javier Robayo Pinzón

Bogotá, D.C.

21 de Abril de 2022



Universidad del
Rosario

Escuela de Administración

Asistente de Investigación II

Impacto De Las Tendencias de Instagram

Presentado por:

Andrés Ovalle Sperber

Paula Angelica Lopez Rodriguez

Bajo la dirección de:

Oscar Javier Robayo Pinzón

Opción de grado asistente de investigación

Bogotá, D.C.

21 de Abril de 2022

Agradecimientos

Paula Angelica Lopez Rodriguez:

En primer lugar, quiero agradecer a mi profesor Oscar Robayo, quien me permitió trabajar junto a él en esta investigación, con quien tuve la oportunidad de abarcar diferentes temas para apoyarlo y ampliar mis conocimientos.

Agradezco a mi familia, amigos y profesores por su apoyo incondicional, por su cariño y energía positiva, también por haberme brindado un crecimiento personal y profesional.

Andrés Ovalle Sperber:

Me gustaría agradecer al profesor Oscar Robayo por permitirme ser parte del grupo de investigación en donde logre desarrollar más a fondo mis habilidades como investigador y en donde también pude aprender un poco más del trabajo en equipo.

De igual forma resalto el apoyo que mi familia y profesora asistente tuvieron conmigo durante el recorrido de la realización de este trabajo.

Dedicatoria

Paula Angelica Lopez Rodriguez:

Le dedico esta revisión de literatura a mis padres, quienes me han brindado siempre su apoyo y un acompañamiento en esta etapa de mi vida, por creer en mis capacidades y conocimientos.

Gracias a ellos, quienes me han ayudado a formar a la persona que soy hoy en día, he tenido un alcance profesional. De igual manera, está dedicado a mis amigos y pareja, con quienes compartí mi formación profesional, impactaron mi vida y siempre han creído en mí.

Andrés Ovalle Sperber:

Le dedico este trabajo a mis papas, aquellos que estuvieron a mi lado durante toda la carrera apoyándome en cada momento sin importar lo difícil que fuera y nunca me dejaron caer. El apoyo tan grande que he recibido por parte de ellos es lo que me ha llevado a ser la persona que soy hoy en día y que sin ellos nunca pude haber llegado a donde estoy.

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “Impacto de las tendencias en Instagram”, en opción de grado de Asistente de Investigación II y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Andres Ovalle Sperber

Paula Angelica López R

Declaración de exoneración de responsabilidad (Obligatorio)

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Andres Ovalle Sperber

Paula Angelica López R

Tabla de Contenido

Agradecimientos.....	III
Dedicatoria.....	IV
Declaración de originalidad y autonomía.....	V
Declaración de exoneración de responsabilidad (Obligatorio).....	VI
Glosario	VIII
Resumen	XI
Abstract.....	XIII
1. Introducción	15
2. Revisión de literatura	18
2.1. Metodología.....	19
2.2. Análisis de datos y hallazgos.....	21
4. Implicaciones prácticas	32
5. Valor académico.....	33
6. Limitaciones	34
7. Referencias bibliográficas.....	37

Glosario

Cuerpo humano: Es una estructura compleja y altamente organizada, formada por células que trabajan juntas para realizar funciones específicas necesarias para mantener la vida.

(Introducción al cuerpo humano - Fundamentos, s. f.)

Deportista: Persona que practica algún deporte, por afición o profesionalmente. (ASALE & RAE, s. f.)

Dieta: Control o regulación de la cantidad y tipo de alimentos que toma una persona o un animal, generalmente con un fin específico. (*DIETA / Definición de DIETA por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de DIETA, s. f.*)

Ejercicio: Actividad física que se hace para conservar o recuperar la salud o para prepararse para un deporte. (*EJERCICIO / Definición de EJERCICIO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de EJERCICIO, s. f.*)

Estilo de vida: Es el conjunto de actitudes y comportamientos que adoptan y desarrollan las personas de forma individual o colectiva para satisfacer sus necesidades como seres humanos y alcanzar su desarrollo personal. (*Qué es el estilo de vida. Lo que dice sobre ti (actualizado 2022), s. f.*)

Hombre: Persona de sexo masculino que tiene la apariencia, el comportamiento o las cualidades que se consideran propias del ser masculino y adulto, como la fuerza, el valor o la sensatez. (*HOMBRE / Definición de HOMBRE por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de HOMBRE, s. f.*)

Impacto: Impresión emocional intensa que causa un determinado hecho o su difusión. (*IMPACTO / Definición de IMPACTO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de IMPACTO, s. f.*)

Investigación: La investigación es el trabajo creativo y sistemático realizado para aumentar el acervo de conocimientos. («Investigación», 2022)

Método: Procedimiento que se sigue en las ciencias para aumentar el conocimiento y enseñarlo. (*MÉTODO / Definición de MÉTODO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de MÉTODO*, s. f.)

Mujer: Persona de sexo femenino que tiene la apariencia, el comportamiento y las cualidades que se consideran propias del ser femenino y adulto. (*MUJER / Definición de MUJER por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de MUJER*, s. f.)

Redes Sociales: Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (*¿Qué son las Redes Sociales? [Guía completa + ejemplos]* , s. f.)

Revisión: Prueba o examen a que se somete determinada cosa o persona para detectar posibles problemas. (*REVISIÓN / Definición de REVISIÓN por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de REVISIÓN*, s. f.)

Salud: Estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones. (*SALUD / Definición de SALUD por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de SALUD*, s. f.)

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad. (*SATISFACCIÓN / Definición de SATISFACCIÓN por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de SATISFACCIÓN*, s. f.)

Técnicas de investigación: Son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo. Es decir,

obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas. («Técnicas de investigación para universitarios», 2020)

Tendencias: Inclinación o disposición natural que una persona tiene hacia una cosa determinada. (*TENDENCIA / Definición de TENDENCIA por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de TENDENCIA, s. f.*)

Trastornos: Alteración en el funcionamiento de un organismo o de una parte de él o en el equilibrio psíquico o mental de una persona. (*TRASTORNO / Definición de TRASTORNO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de TRASTORNO, s. f.*)

Resumen

Las personas que están expuestas y hacen parte del consumo de las tendencias de Instagram, tienden a idealizar una imagen corporal delgada, ejercitada, con una rutina de vida y un plan alimenticio, pero que a la vez estas se asocian con niveles de insatisfacción con su aspecto físico, tanto en hombres como en mujeres por igual. En esta investigación nos enfocamos en una red social llamada Instagram para realizar el análisis y estudio de esta tendencia, debido a que su objetivo es publicar y compartir la vida diaria de las personas por medio de fotografías y videos.

Al realizar la investigación hemos podido observar y entender como la tendencia Fitspiration, la cual tiene como objetivo motivar a las personas a adoptar una vida que incluya la actividad física y rutinas para así tener un estilo de vida saludable con respecto al que llevan, puede tener un impacto ya sea fuerte o ligero en los usuarios.

Por medio de investigaciones que optaron por hacer estudios con instrumentos de medición como encuestas, revisiones de comportamientos y resultados clínicos, de grupos de hombres y mujeres entre los 18 y 30 años de edad, tuvimos como resultados personas que padecen de trastornos alimenticios, baja autoestima, insatisfacción corporal o una obsesión con su cuerpo, pero de igual manera, no todos los resultados fueron negativos, se encontraron personas que aceptan su cuerpo, otros están satisfechos y otros que solo buscan mantener su cuerpo saludable.

Más allá de lo investigado y encontrado, de la mano de profesor Oscar Robayo y la Universidad del Rosario, se ha empezado a trabajar en este estudio, reclutando un grupo de estudiantes entre los 18 y 25 años, que hagan uso de la plataforma Instagram al menos una vez al día y realicen algún tipo de actividad física, los cuales han respondido algunas

encuestas y se espera próximamente realizar las mediciones pertinentes en los laboratorios de Neuromarketing.

Palabras Clave: Tendencias, Instagram, trastornos alimenticios, estudios, encuestas, Fitspiration, redes sociales, imagen corporal, autoestima, Impacto en los usuarios, cuerpo humano, salud mental, ideales, actividad física.

Abstract

People who are exposed to and are part of the consumption of Instagram trends tend to idealize a slim, exercised body image, with a life routine and an eating plan, but at the same time, these are associated with levels of dissatisfaction with their physical appearance, both in men and women alike. In this research, we focus on the social network Instagram to carry out the analysis and study call of this trend, because its objective is to publish and share the lives of people through photographs and videos.

By conducting the research, we have observed and understood how the Fitspiration trend, which aims to motivate people to adopt a life that includes physical activity and routines to have a healthy lifestyle concerning the one they lead, can have either a heavy or light impact on users.

Through research that chose to carry out studies with measurement instruments such as surveys, reviews of behaviors, and clinical results, of groups of men and women between 18 and 30 years of age, we had as results people who suffered from nutritional disorders, low self-esteem, body dissatisfaction or an obsession with their body, but in the same way, not all the results were negative, some people accept their body, others who are satisfied and others who only seek to keep their bodies healthy.

Beyond what was investigated and found, in the hands of Professor Oscar Robayo and the Universidad del Rosario, work has begun on this study, recruiting a group of students between the ages of 18 and 25, who make use of the Instagram platform at least once a day and perform some type of physical activity, which have responded to some surveys and it is expected that the pertinent measurements will soon be carried out in the Neuromarketing laboratories.

Keywords: Trends, Instagram, eating disorders, studies, surveys, Fitspiration, social networks, body image, self-esteem, Impact on users, human body, mental health, ideals, physical activity.

1. Introducción

El término Fitspiration se ha estudiado principalmente a partir de los siguientes componentes clave en la percepción humana: satisfacción con el cuerpo, idealización de éste, la autoestima y el estado de ánimo (Mahoney & Knox, 2021; Tiggemann & Anderberg, 2020). El componente que parece ser más importante para este caso de investigación es la idealización de los usuarios de las redes sociales por los cuerpos modelo y sobre cómo debería verse en específico una persona “sana”, teniendo en cuenta que se ha podido evidenciar a través de estudios realizados en los cuales exponen a sujetos de prueba a imágenes de carácter “Tendencia Fit” en donde dichas imágenes logran generar un descontento e inconformidad general sobre la idealización del cuerpo en forma, sano y bien visto. Esta situación es de gran problemática más aún en una sociedad en donde los likes se ven como un tipo de medida constante para la aceptación social y generar niveles más altos de autoestima (Goldstraw & Keegan, s. f.).

Para el malestar de muchos, en Instagram, con mucha facilidad y gran rapidez las tendencias "Fit" se están convirtiendo en un referente en los usuarios, para de esta manera, promover la salud física y mostrar la idealización de cuerpos con el fin de generar cambios positivos en la vida de las personas (Limniou et al., 2021). El alto crecimiento de este tipo de tendencias y los efectos tanto negativos como positivos que ha podido generar se quieren estudiar más a fondo con el fin de entender las dinámicas existentes entre la positividad corporal que dicen expresar este tipo de tendencias y la objetividad corporal que las personas pueden llegar a tener luego de exponerse a este tipo de tendencias.

En mujeres jóvenes se ha podido corroborar luego de entrevistar a 12 mujeres jóvenes usuarias de Instagram y que siguen cuentas "Fit, que la exposición a cuentas de esta índole

genera resultados negativos en la satisfacción corporal y la percepción idealizada de los cuerpos (Goldstraw & Keegan, s. f.). Para esta investigación en específico se contó con entrevistas que permitían recopilar los resultados que medían los niveles de autoestima luego del experimento. Tras el experimento se determinó que es de suma importancia entender a fondo estas nuevas tendencias que por su lado dicen ser buenas y tener efectos positivos en los usuarios, mientras que, de la misma forma, generan efectos negativos en los mismos.

Lo mismo sucedió en un estudio realizado a 300 hombres a través de la plataforma virtual TurkPrime (Tiggemann & Anderberg, 2020) en donde luego de analizar resultados, se pudo evidenciar que las respuestas arrojadas sobre la satisfacción personal del cuerpo luego de realizar la investigación, la satisfacción general de los participantes disminuye en cada uno de los caracteres expuestos para el experimento (Satisfacción corporal, idealización corporal, autoestima y estado de ánimo).

O como en el caso del caso realizado en una universidad del Reino Unido a un grupo de 109 estudiantes (Limniou et al., 2021) en el cual se les cuestionaba sobre la satisfacción con su cuerpo, la idealización del cuerpo perfecto, su autoestima y la respuesta a su sentido de ánimo antes y después de que se les presentaron imágenes de carácter “Fit”.

Dentro de todos estos casos mencionados anteriormente se pudo evidenciar 3 características muy importantes en cuanto a la tendencia “Fit” y su correlación con la satisfacción general de las personas:

1. La relación que existe entre la autoestima y la satisfacción corporal con la idealización del cuerpo “Fit” tienen una naturaleza de correlación negativa. Mientras que la idealización de los cuerpos “Fit” aumenta en las personas, las

comparaciones directas, sin sentido y fuera de contexto generan que los niveles de satisfacción corporal y autoestima bajen. (Limniou et al., 2021)

2. Existe un alto índice de comparación corporal de los usuarios con las imágenes de modelos “Fit” o cuentas de motivación sport a las que se les expone diario en las redes sociales, de tal forma que se generan unas altas expectativas sobre el cuerpo perfecto lo cual conlleva a disminución directa de la satisfacción personal (Tiggemann & Anderberg, 2020).
3. Con los pocos estudios hechos al respecto, se puede evidenciar que, aunque las respuestas negativas generadas por las tendencias “Fit” están presentes en todos los usuarios, las respuestas negativas son más notorias y presentes en los usuarios femeninos a los que se les expone a estas tendencias. (Goldstraw & Keegan, s. f.)

Dentro de este estudio en cuestión, se buscó básicamente información que pudiera proveer datos verdaderos sobre las influencias que tienen las tendencias “Fit” en las personas usuarias de las redes sociales para de esta forma entender a fondo cómo y por qué los usuarios están teniendo cambios en sus percepciones personales.

Algo que se hizo evidente a través del desarrollo de la investigación fue, el cómo los tres anteriores casos de estudio intentaban resolver preguntas diferentes en el mismo ámbito de análisis pero que generaron resultados parecidos bajo los mismos estándares de evaluación. Por un lado (Limniou et al., 2021) buscaba explorar los efectos del “Fitspiration” en los estudiantes universitarios basándose en la idealización interna de lo “Fit”, por otro lado tenemos a (Tiggemann & Anderberg, 2020) que gracias a los poco estudios sobre estos impactos en los hombres, decidió adentrarse en las respuestas que estas tendencias generan en los usuarios

masculinos de las redes sociales y por otro lado esta (Goldstraw & Keegan, s. f.) con su enfoque hacia los efectos en el autoestima de las mujeres jóvenes.

Todos estos casos de estudio se desarrollaron bajo las mismas premisas, distinción del público objeto, enfoque a tomar, desarrollo de la investigación y resultados.

Con el fin de entender mejor las tendencias “Fit” afectan al ser humano de forma negativa sin importar edad, estrato, geografía, sexo o cultura, se pretende analizar los resultados cuantitativos que cada uno de los experimentos arrojo para de esta forma realizar comparación directas y no arbitrarias (ya que se cumplen los mismos criterios de evaluación) con el fin de poder dar una respuesta al porqué de los efectos de estas nuevas tendencias de las redes sociales.

2. Revisión de literatura

El presente análisis de caso tiene como objetivo explorar los efectos de la exposición a las tendencias fitspiration en una población específica con el fin de estudiar la imagen corporal en el marco de la internalización de los ideales de fitness (Limniou et al., 2021). La influencia de la exposición a fotos de fitspiration para los usuarios en su imagen corporal fue examinada bajo la influencia de la autoestima en este sentido, la satisfacción con el cuerpo, la satisfacción con el estado de ánimo y la internalización de los ideales de fitness.

En concreto, los objetivos de esta revisión fueron explorar las siguientes categorías dentro del marco de análisis:

1. La comparación directa entre la internalización del ideal de fitness antes y después de la exposición a la tendencia "fitspiration".

2. La relación que existe entre la edad, el género y el uso de Instagram en comparación con los niveles de autoestima, la satisfacción del estado de ánimo, la satisfacción corporal y la interiorización del ideal de fitness.
3. La correlación que hay entre el uso de Instagram (el número de followers y likes, frecuencia de uso de Instagram y la cantidad de personas seguidas), con el estado de ánimo y la satisfacción corporal y la interiorización del ideal de fitness.

2.1 Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se empezó por realizar el debido proceso de revisión sistemática de la lectura siguiendo los pasos en el sistema Cochrane (Pardal-Refoyo & Pardal-Peláez, 2020) de tal forma que desde el principio de la investigación se formulen las preguntas correctas, los criterios más adecuados y la obtención de datos más certera con el fin de lograr obtener la información más concisa y clara posible. Durante la investigación se mantuvieron ciertos criterios básicos para la obtención de la información de tal forma que se siguieron las recomendaciones y pautas dadas por Pardal-Refoyo & Pardal-Pelaez (2020).

2.1.1 establecer el correcto filtro de búsqueda. Dentro de los pasos fundamentales de la revisión de la literatura, se encuentra la planificación de los criterios de elegibilidad (Pardal-Refoyo & Pardal-Peláez, 2020) y con el fin de generar las conclusiones más acertadas y enfocar de la mejor manera la investigación a proceder, se definieron palabras claves a través de tesauros "Instagram", "Fitspiration", "Body satisfaction", "Marketing",

"Artificial intelligence", "Pattern recognition", "Fi-internalisation", "Social media", "Cognitive processes", "Body comparison", "Decision making", "Choice behaviour", "Mood Satisfaction", "Digital marketing" y "Consumer behaviour", términos que permitieron reducir y generalizar las búsquedas de trabajos publicados que puedan ser de ayuda para el desarrollo de la investigación, estas palabras claves fueron utilizadas en el motor de búsqueda de WOS dando como resultado una cantidad de 618,441 trabajos publicados antes de aplicar los filtros.

Adicionalmente para lograr reducir la cantidad de información a utilizar en la investigación, se utilizaron los filtros pertinentes (Últimos 5 años 2018-2022, Área: Managment y Buying behaviour) que como resultado permitieron reducir la cantidad de trabajos a solo 354 para de esta forma facilitar la revisión de la literatura más adelante.

2.1.2. criterios de elección. Para esta revisión de la literatura se buscó que los textos utilizados cumplieran con al menos 3 características que se creyeron fundamentales para lograr encontrar los artículos más adecuados, 1) Contener en el título una o más de las palabras claves: Fit, Trend, Self-Esteem, Influencers, Fashion, Fitspiration. 2) Contener investigaciones con resultados cuantitativos dentro del artículo y 3) artículos publicados desde el año 2018 a 2022.

Luego de reducir la base de documentos escogidos para revisión, se pactaron dos criterios de exclusión sobre los artículos a estudiar, 1) Documentos con conclusiones irrelevantes para el estudio en caso y 2) Documentos que no contengan por lo menos 2 de las palabras claves en su resumen

Con los criterios de elección ya previamente establecidos, se llevó a cabo un proceso de filtrado de documentos encontrados con el fin de lograr seleccionar los textos que más se acercaran a lo que se buscaba para poder responder a la pregunta problema.

2.2 Análisis de datos y hallazgos

Como anteriormente se había mencionado, diferentes investigaciones fueron desarrolladas con el fin de estudiar los efectos que generan las tendencias “Fit” en los usuarios de redes sociales, cada estudio fue formulado con preguntas diferentes que recaen en el mismo ámbito de análisis generando resultados parecidos bajo los mismos estándares de evaluación.

Teniendo en cuenta lo anterior, (Goldstraw & Keegan, s. f.) descubrió que “Los datos recogidos hasta ahora indican una fuerte correlación entre el uso de imágenes de carácter referente a la tendencia "fitspiration" como post de personas ejercitándose o imágenes deportivas con frases motivacionales y la autoestima de los entrevistados.”(Goldstraw & Keegan, s. f.), por otro lado en la investigación de (Limniou et al., 2021) llegó a la conclusión que “no hubo un efecto significativo en la satisfacción corporal, pero sí en la autoestima de estado, la satisfacción del estado de ánimo y las puntuaciones de internalización del ideal de ajuste después de que los participantes fueran expuestos a fotos de fitspiration.” (Goldstraw & Keegan, s. f.) y por último en luego de las pruebas hechas por (Tiggemann & Anderberg, 2020) se decidió que “Se observa que tanto la satisfacción corporal y facial disminuyó en respuesta a la visualización de las imágenes.” (Tiggemann & Anderberg, 2020) de tal forma que al analizar los dos anteriores artículos y compararlos se pudo notar que esta tendencia tiene más relación sobre la afectación de la autoestima corporal que cualquier otra cosa.

Por otro lado, el estudio de Marika Tiggemann y Mia Zaccardo permitió evidenciar un conjunto más reducido de investigaciones ha podido demostrado una relación contundente entre el tiempo que se pasa en Internet y las alteraciones personales de la imagen corporal en mujeres adultas y adolescentes (Tiggemann & Zaccardo, 2018), esta relación que ese logro encontrar permitió entender que no era el tiempo total dedicado a las redes sociales lo que genera los efectos negativos de las tendencias en los usuarios, sino la cantidad de tiempo dedicado a la "actividad fotográfica" de las mismas.

El análisis realizado a este estudio ha permitido evidenciar de forma muy clara que las imágenes de fitspiration publicadas en las redes sociales comparten características comunes que otras investigaciones han demostrado que son negativas para la imagen corporal (Tiggemann & Zaccardo, 2018). En este sentido, la clara sobrerrepresentación de la figura corporal ideal tanto para tanto para las mujeres como para los hombres, el enfoque general que se le da a la apariencia se ha relacionado con un peor ideal personal de la imagen corporal y con una alimentación desordenada producto de estas influencias no directas. De esta forma, el análisis generado propone y demuestra que las todas las imágenes de carácter referente a la tendencia fitspiration tienen todo el potencial de ser inspiradoras y perjudiciales para la imagen corporal de los usuarios de las redes sociales (Rounds & Stutts, 2021).

Continuando con nuestro análisis a las investigaciones que se han centrado en estudiar y entender el impacto y experiencias de los jóvenes al interactuar en la red social Instagram, tenemos la investigación de Joanne Mayoh "Young People's Experiences of Engaging With Fitspiration on Instagram: Gendered Perspective", la cual realizó una encuesta (N=1213), de personas entre los 18 y 24 años de usuarios de fitspiration en Reino Unido (Mayoh & Jones, 2021). La perspectiva de género ha sido el objetivo principal para identificar y analizar en esta

ocasión, ya que en estudios anteriores se menciona como este tiene influencia en la manera de consumo de las redes, en este caso la plataforma de Instagram, tomando en cuenta sus ideologías, la composición, y la forma en la que hombres y mujeres interactúan con los contenidos (Mayoh & Jones, 2021).

Una vez se realizó la encuesta, donde el 68,10% fueron mujeres, el 28,19% hombres, y el 0,57% se identificó como no binario, se obtuvieron algunas conclusiones como que las mujeres tienen mayor interacción con la plataforma de Instagram que los hombres. No obstante, este estudio tiene como contribución el demostrar que los hombres y las mujeres tienen experiencias desiguales en cuanto a cómo y por qué interactúan con el contenido en tendencia de Fitspiration. Algunos de los hallazgos que se relacionan en cuanto a las preferencias en el contenido, y la motivación encontrada para ver, la cual demuestra que hay unos ideales en los géneros, que se transmiten y refuerzan por medio del contenido, y los comportamientos en el consumo de cada género (Mayoh & Jones, 2021).

Una de las intenciones de este estudio es entender por qué los participantes interactuaron con la Tendencia Fitspiration, teniendo como respuesta que el 56,27% de los entrevistados buscaban mejorar su salud y bienestar, el 53,49% motivación para hacer ejercicio para mejorar su aspecto físico, el 52,99% una alimentación saludable. Algo a resaltar fueron los resultados obtenidos con clara diferencia entre los géneros masculinos y femeninos, donde los hombres eran más propensos a hacer uso de esta tendencia con el fin de hacer más ejercicio para aumentar su masa muscular o fortalecerse. Por otro lado, las mujeres, era más probable que la usaran como inspiración para una alimentación más saludable, o para realizar actividad física (Mayoh & Jones, 2021).

Otros hallazgos observados en este estudio, nos revela sobre cómo y por qué los consumidores del país encuestado (Reino Unido) se involucran de esta manera con el contenido digital. En primer lugar, se encontró que las mujeres interactúan con la plataforma Instagram mucho más que los hombres, aun así este estudio se enfoca en el conocimiento y entendimiento de los comportamientos relacionados con el cuerpo, para demostrar los diferentes impactos que genera en los hombres y las mujeres el contenido de Fitspiration, aunque en ambos se evidencia una idealización en su comportamiento (Mayoh & Jones, 2021).

En conclusión, los artículos investigados encontraron que los datos recibidos de los usuarios expuestos a las tendencias “Fit” tenían datos muy parecidos en primera instancia, lo que da pie para generar una discusión sobre los mismo y llegar a la conclusión más contundente mientras que por otro lado es curioso exponer que mientras que los resultados son muy parecidos, las 3 investigaciones y difieren en su forma de elección de participantes y criterios de evaluación para la prueba de investigación.

2.2.1 conceptos. La tendencia de #fitspiration en Instagram tiene como objetivo promover la positividad corporal e inspirar la salud en sus seguidores, además de mostrar ideales de cuerpos. Por otro lado, busca explorar los efectos de ver fotos de este hashtag sobre la imagen corporal y la internacionalización de esta percepción ideal de imagen (Goldstraw & Keegan, 2016).

Para los investigadores Maria Limniou, Charlotte Mahoney y Megan Knox quienes en su estudio buscan entender los efectos tanto directos como indirectos que genera la nueva tendencia de “fitspiration” en las personas, de tal manera que el fenómeno de baja autoestima, cambio en el estado de animo, disminución en la satisfacción corporal y la percepción negativa del cuerpo sea entendido a profundidad (Limniou et al., 2021a).

De igual manera se buscó explorar como los jóvenes se involucran con el contenido en cuestión de Fitspiration de Instagram, y así mismo, poder hacer un análisis de generos en cuanto a la manera de consumo de cada uno (Mayoh & Jones, 2021). Recordemos que las redes sociales de un tiempo para acá se han ido integrando en la vida cotidiana de las personas, donde no solo tienen como objetivo la conexión, sino la comunicación, la creación de nuevas comunidades, recopilación de información y en el caso de nuestra investigación la inspiración de un contexto (Mayoh & Jones, 2021).

Para nuestros artículos investigados, encontramos que en su mayoría se entiende el termino de Fitspiration en primer lugar como una manera de percepción de imagen motivacional (Arigo et al., s. f.), de una vida saludable y un estilo de vida a seguir (Tiggemann & Anderberg, 2020), y en segundo lugar, como una tendencia de ideales de la sociedad, donde la imagen corporal y las rutinas son sinónimos de estar bien (Christensen et al., 2021).

Sin embargo, ver como cada una de las personas lo percibe de una forma diferente y por la cual, lo incluyen en su vida cotidiana ha ocasionado diversas reacciones como consecuencias de esto, por ejemplo, encontramos mujeres que han desarrollado enfermedades de trastornos alimenticios, problemas de salud mental o insatisfacciones con ellos mismos (Goldstraw & Keegan, 2016). Cabe resaltar que en un principio los artículos consultados estaban enfocados al entendimiento de los comportamientos de las mujeres, pero en medio de la investigación se decidió analizar y entender al género masculino en este estudio, y aunque no encontramos una asociación de la tendencia con los trastornos alimenticios, si evidenciamos una constante comparación y búsqueda de satisfacción con su aspecto o imagen, o por el contrario encontramos personas que desarrollaron una insatisfacción corporal (Christensen et al., 2021).

Un punto importante para mencionar es que, en todos estos estudios implicados, aunque la manera de realizar el estudio era con diferentes tipos de preguntas, las métricas tendían a ser similares y la descripción del concepto era la misma.

2.2.2 participantes. Para realizar este análisis, la metodología utilizada fue comparar las respuestas sobre el estado de autoestima, la satisfacción con el estado de ánimo, la satisfacción corporal y la estigmatización del ideal de imagen antes y después de ver fotos de fitspiration. El procedimiento que se llevó a cabo fue mostrar cinco fotos femeninas o masculinas (dependiendo del género) de fitspiration a 109 estudiantes británicos (de 18 a 50 años), para luego invitarles a responder cuestionarios en línea. Finalmente, los resultados mostraron que la edad no tuvo efecto sobre la imagen corporal, sin embargo, el género impactó la satisfacción del estado de ánimo en las mujeres (Limniou et al., 2021a).

En nuestras otras dos investigaciones a evaluar, un donde se establece una muestra de 12 mujeres jóvenes entre los 18 y 24 años (Goldstraw & Keegan, 2016) y otra donde la muestra fue de 1.213 personas entre hombres y mujeres las cuales debían estar entre los 18 y 24 años de igual manera que la investigación anterior (Mayoh & Jones, 2021). Para ambos casos los participantes tuvieron que cumplir con ciertos criterios para hacer parte de la investigación, tales como la frecuencia de su uso de la plataforma Instagram.

Aunque el estudio busca hacer un análisis de entendimiento sobre como esta tendencia impacta en los usuarios de Instagram, más exactamente en aquellos que realizan una interacción continua con las publicaciones de Fitspiration, uno de los criterios que se evidencian es el rango de edad entre las personas a quienes se les aplicó el estudio, puesto que son personas que se encuentran entre los 18 y 25 años de edad (Limniou et al., 2021a), siendo muy pocos los estudios que amplían este rango, como el caso mencionado al principio, una de las interpretaciones que

podemos darle a esta limitación, es por el uso de la plataforma Instagram, debido a que es más común su uso en cuanto a consulta de tendencias (Tiggemann & Anderberg, 2020), como la frecuencia, para así al aplicar el estudio se tengan resultados más reales y de mayor valor en su comparación e interpretación de datos, que con resultados de personas que hacen una frecuencia más baja con Instagram.(Arigo et al., s. f.)

Para resumir un poco, los criterios con los cuales se hizo el reclutamiento en los estudios, fue en universidades, hombre y mujeres dentro de un rango de edad, la sexualidad en algunos permitió ampliar el estudio y analizar más los resultados obtenidos, la frecuencia de uso de la red, si realizaban o no algún tipo de dieta, rutina o su estilo de vida.

Por otro lado existen investigaciones de tipo meta-analíticas que encontraron que los individuos con altos niveles de insatisfacción corporal se ven más afectados de ver imágenes de delgadez ideal que los que no tienen niveles altos de insatisfacción (Christensen et al., 2021), además de esto, es muy notorio que las mujeres tienen a ser más activas en las redes sociales que los hombres (Tiggemann & Anderberg, 2020).

Dentro de lo investigado, hay información suficiente para poder llegar a la conclusión que el género de las personas investigadas dentro de los estudios es un punto fundamental para tener en cuenta para evaluar los resultados expuestos.(Christensen et al., 2021)

2.2.3 instrumentos de medición. Los objetivos de la investigación se evaluarán y medirán por medio de entrevistas cualitativas, que buscan estudiar las perspectivas de los entrevistados sobre la influencia e impacto de las tendencias en la red social (Goldstraw & Keegan, 2016). Para lograr realizar estas pruebas de forma exitosa, se analizaron resultados basándose en características que puede o no generar esta tendencia fitspiration en las personas, como la inspiración que genera para la salud y el bienestar del cuerpo ;comer sano; hacer ejercicio para

mejorar la forma, el tono o el tamaño del cuerpo para ganar músculo o fortalecerse; para hacer dieta o perder peso; para mejorar la salud y el bienestar; para facilitar la mejora de la apariencia; para ayudar a aprender sobre la salud y el bienestar o porque los amigos o compañeros lo ven o les gusta (Mayoh & Jones, 2021); Con el fin analizar de forma más exacta los resultados de las investigaciones realizadas bajo el criterio de estudiar esta tendencia de fitspiration se tomó en cuenta 3 características fundamentales de la tendencia fitspiration que son:

1. Ideal de cuerpo Fit (respecto a los cuerpos aceptables o deseable para la sociedad)
2. Interiorización de la idea de Fit
3. Autoestima de las personas

Por otro lado, tenemos que se realizaron pruebas donde se reclutaron a mujeres universitarias (Goldstraw & Keegan, s. f.), y seguidamente en otras investigaciones se evaluó la percepción en hombres, los cuales completaran todo un protocolo de evaluación (Tiggemann & Anderberg, 2020). Para los factores de elección que en cada encuesta se tuvieron en cuenta para evaluar a los usuarios y como requisito de participación eran, en términos generales, uso de las redes sociales en promedio al menos una vez por semana durante los últimos 3 meses y percepciones relacionadas con el uso que hacen de Instagram. Por otro lado, los objetivos de este estudio fueron explorar:

1. La diferencia en estigmatización del peso ideal después de la exposición y observación de las tendencias en Instagram.
2. La asociación entre el género, la edad y el uso de Instagram, con el estado de autoestima (SSE), la satisfacción del estado de ánimo, la satisfacción corporal y la imposición del estado físico ideal.
3. La asociación entre los factores de uso de Instagram (la cantidad de seguidores de Instagram,

la cantidad de personas seguidas, la cantidad de fotos publicadas, la frecuencia de uso de Instagram y la importancia de los "me gusta" de una foto) con SSE, estado de ánimo y satisfacción corporal y “el peso ideal” (Limniou et al., 2021a).

De igual manera, el estudio de Joanne Mayoh, utilizó una encuesta transversal de manera digital, que constaba de preguntas cerradas para capturar datos cuantitativos para cumplir el objetivo de su estudio (Mayoh & Jones, 2021).

2.2.4 variables. Muchos de los conceptos presentados en los artículos encontrados para trabajar esta investigación nos hablan del impacto en el estilo de vida que pueden tener las tendencias en las usuarias mujeres jóvenes como enfermedades, trastornos u obsesiones, debido a la influencia en la manera de percibir los estilos de vida presentados en las redes sociales, llevándolas a muchas a casos extremos como enfermedades de trastornos alimenticios. De igual manera, otra variable tomada en cuenta para esta investigación es la exposición que tiene cada persona en las redes sociales, siendo esto algo relevante para hacer parte de esta investigación, al momento de ser reclutado para las encuestas y evaluaciones realizadas (Goldstraw & Keegan, 2016). Para el estudio de Joanne, algunas de las variables probadas fueron características demográficas, edad, IMC, sexo, sexualidad, nivel educativo, frecuencia de uso y duración en Instagram, y contenido con el que interactúan (Mayoh & Jones, 2021), así mismo en el estudio de Limniou, que contó con las mismas variables, se quiso agregar la variable de cantidad de seguidores y se amplió el rango de edades encuestadas (Limniou et al., 2021a).

2.2.5 resultados. En esta investigación el punto focal es obtener información relevante para la orientación de políticas de uso de redes sociales dirigidas al público adolescente con el fin de

implementar esta información en futuros análisis del comportamiento de usuarios frente a tendencias de las redes sociales y de manera mucho más eficiente mitigar los efectos negativos que estas puedan generar en los usuarios (Christensen et al., 2021).

Luego de realizar las pruebas y en principio, todos los entrevistados informaron de un alto grado de irregularidad sobre sus niveles de auto estima al momento de revisar las cuentas de inspiración en sus dispositivos móviles, puesto a que se hacían una revisión constante a lo largo del día (Goldstraw & Keegan, s. f.). Además, el análisis de los hallazgos también revela una variedad de percepciones sobre el origen y honestidad en las imágenes artificiales de mujeres atléticas en que se consultan en Instagram (Goldstraw & Keegan, 2016).

Con los resultados obtenidos, se demostró la forma en como cada genero interactúa de forma diferente con la aplicación de Instagram y con el contenido Fitspiration que se muestra en la misma, evidenciando que las mujeres tienden a relacionarse más con este tipo de tendencias en las redes sociales (Mayoh & Jones, 2021), además de esto se observó que este contenido genera una disociación de los ideales que tienen las personas sobre el cuerpo y que sobre todo, es muy diferentes entre géneros (Arigo et al., s. f.). Así mismo, se observó que los resultados revelaron que el estado de la satisfacción corporal disminuyó significativamente desde antes de la exposición al final de la investigación luego de ser expuestos a dichas imágenes (Rounds & Stutts, 2021). Sin embargo, en el último estudio, en el cual se realizó un análisis estadístico ANOVA para comparar las respuestas de los participantes, se encontró que no hubo un efecto significativo sobre la satisfacción corporal, pero si uno sobre la autoestima, el estado de ánimo y las idealizaciones (Limniou et al., 2021a).

2.2.6 recomendaciones. Luego de analizar se observó que muchas de las personas fitness entrevistadas que interactúan con esta tendencia, su percepción de la realidad y el impacto en la autoestima son claves para seguir desarrollando este estudio (Rounds & Stutts, 2021)(Tiggemann & Anderberg, 2020). Por otro lado, se considera que es importante seguir entendiendo como esta visión y manera de percepción, influye y afecta de manera significativa a las personas, y desencadena riesgos en su salud y decisiones de vida, por seguir una tendencia (Vandenbosch et al., 2022).

Así mismo, La información sobre el efecto negativo de Instagram y la participación en los estudios de exposición podría contribuir al desarrollo de intervenciones justo a tiempo para el uso problemático de las redes sociales (Christensen et al., 2021).

De igual forma consideramos que el método de investigación ejercido en esta investigación es el más conveniente (Rounds & Stutts, 2021), ya que se generaron resultados cuantitativos los cuales son más fáciles de analizar teniendo en cuenta que se realizaron preguntas antes y después de la exposición a las imágenes (Mayoh & Jones, 2021).

3. Discusión sobre los resultados

Este estudio se enfoca en reflejar los efectos negativos que generan las tendencias de carácter “Fit” en los usuarios de redes sociales, los efectos evidenciados en su mayoría fueron la reducción inmediata de satisfacción general de los sujetos de prueba con su cuerpo y la interiorización de la idea de los bello.

Todos los resultados independientemente de los criterios de elección de candidatos arrojaron los mismos resultados, dando a entender que la exposición a esta tendencia si afecta de manera negativa a los usuarios. Es preocupante el hecho de que incluso una exposición corta y parcial a tendencias fitspiration impactan negativamente en el estado de satisfacción corporal y generan una disminución en el estado de ánimo con resultados negativos (Rounds & Stutts, 2021).

Lo importante de estudiar este tipo de tendencias es poder encontrar una forma de contrarrestar los efectos negativos que generan estas tendencias que lo único que haces es producir comparaciones arbitrarias entre usuarios e influencers que llevan al extremo estas tendencias “Fit” (Limniou et al., 2021).

El entender como cada género percibe este tipo de tendencia y como les influye es uno de los objetivos de estos estudios, así mismo, identificar preferencias, actitudes, consecuencias y la manera en lo interpretan, demostrándonos que tanto el género masculino como el género femenino, tienen unas ideales dualistas que se evidencian a partir del consumo que hacen en las plataformas como las redes sociales, en este caso Instagram (Mayoh & Jones, 2021).

4. Implicaciones prácticas

Uno de los mayores problemas que generó este análisis fue la previa hipótesis de que los resultados de cada una de las investigaciones resultaría diferente a la otra ya que planteaban preguntas diferentes y con sujetos de pruebas de nichos diferentes, de esta manera fue evidente la irregularidad que presentan los datos arrojados por las pruebas estudiadas que logran mostrar que la exposición a tendencias de carácter “Fit” en las cada vez más grandes y populares redes

sociales afecta a todos los usuarios de forma negativa disminuyendo sus niveles de autoestima, satisfacción corporal e idea personal de la vida “Fit” (Pardal-Refoyo & Pardal-Peláez, 2020).

Por otro lado, la susceptibilidad de los sujetos de prueba frente a las imágenes de carácter “Fit” podrían variar dependiendo de la interiorización propia de cada sujeto en prueba de la idealización de un cuerpo bello (Tiggemann & Anderberg, 2020).

Sin embargo, en los estudios se presentaron actas de consentimiento las cuales debían ser firmadas antes de realizar las pruebas, aun así se permitía que los participantes se retiraran de forma anónima en cualquier momento y sin tener que proporcionar alguna razón (Limniou et al., 2021).

Otra implicación de la que podemos hablar es que en la Universidad del Rosario se está realizando una investigación similar para poder hacer un estudio y con sus mediciones respectivas que nos permitan ver como cada persona percibe estas tendencias y exposiciones a las motivaciones Fit.

5. Valor académico

En cuanto a lo académico, el valor de esta investigación recae en que existen muy pocos estudios y muy poca evidencia que permitan generar teorías adecuadas sobre este nuevo fenómeno que está circulando en las redes sociales (Limniou et al., 2021), estos nuevos fenómenos que están impactando la vida de los usuarios de forma notable, deberían y tiene que ser estudiados ya que como están creando factores y respuestas negativas en la vida de los usuarios, es necesario entender estas tendencias con el fin de poner fin o por lo menos disminuir

las consecuencias que pueden derivarse de la constante exposición a este tipo de contenido en las redes sociales (Barron et al., 2021).

Teniendo en cuenta la situación se recomienda etiquetar estas publicaciones con mensajes de sensibilización y/o leyendas en las publicaciones que permitan al público reconocer las imágenes que han sido alteradas de una u otra forma con el fin de atraer y captar más público en las redes sociales (Vandenbosch et al., 2022).

6. Limitaciones

Las principales limitaciones las cuales se encontraron en esta revisión, fue a las variadas respuestas de los entrevistados debido a la variada percepción que se tiene sobre los conceptos tocados en la investigación como lo son la autoestima o la misma percepción corporal. La idealización del cuerpo perfecto o de lo que es bello, viene impreso en cada una de las personas de una forma diferente sin tener en cuenta los antecedentes de las personas entrevistadas (Goldstraw & Keegan, s. f.).

Se encontró que una de las mayores limitaciones fue que, por la naturaleza de la investigación, los equipos de estudio estuvieron a expensas de la voluntariedad de las personas para poder realizar por completo la investigación; Además de esto, los diferentes estudios analizados en esta investigación realizan sus estudios con una mayor cantidad de mujeres que de hombres dentro de sus pruebas por lo que esto es un punto que puede afectar de manera visible los resultados al limitar la postule generalización de los resultados con los sujetos de prueba hombres (Pardal-Refoyo & Pardal-Peláez, 2020).

Por otro lado, una de las limitaciones a considerar fue que muchos de los estudios consultados estaban dirigidos a un público joven, ¿siendo así el estudio de “It’s Fitspiration the Healthy Internet Trend It Claims to Be? A British Students’ Case Study” uno de los pocos que se enfocó en reclutar participantes entre los 18 a los 50 años (Limniou et al., 2021).

7. Conclusiones

El foco principal de este estudio consto en lograr identificar los aspectos que son determinantes en la evaluación de la satisfacción corporal de las personas frente a la exposición de imágenes de carácter “Fit”, con el fin de explorar el potencial efecto que generan las nuevas tendencias Fitspiration en las personas usuarias de redes sociales.(Limniou et al., 2021b)

Luego del análisis realizado para el desarrollo de este estudio, después de entender y familiarizarnos con los resultados de esta investigación podemos concluir que en efecto y de forma alarmante las tendencias de redes sociales que intentan influenciar o imprimir un mensaje en los usuarios de las redes sociales a través de la exposición constante a publicaciones de

carácter “Fit”, generan una insatisfacción notable y significativa en la satisfacción corporal, además de esto y disminuyen el autoestima de los usuarios.(Goldstraw & Keegan, s. f.)

Esta situación que se ha venido desprendiendo del constante crecimiento que ha tenido la moda de tener una vida saludable y ejercitarse para luego mostrarlo en redes sociales es muy complicada y peligrosa, ya que preocupantemente y en repetidas ocasiones dentro de las redes sociales los conocidos influencers o páginas de carácter netamente “Fit” realizan publicaciones en donde se le suele mentirles a sus seguidores creando una falsa imagen sobre la vida personal del influencers para de esta forma manipular a los usuarios y venderle a través de sus páginas, una supuesta vida perfecta llena de mensajes del carácter “Fit” para de esta forma lograr convencer al usuario que debe cambiar su estilo de vida a uno más saludable.(Barron et al., 2021)

La constante búsqueda del usuario por tener la vida que se muestra dentro de las redes sociales lo ha llevado a realizar comparaciones directas sobre su forma de vida y la de los demás, permitiendo de esta manera que el alto impacto de las diferencias en la vida de las personas con la del influencers, genere altos índices de insatisfacción corporal, bajos niveles de autoestima, bajos niveles de idealización corporal y por último un cambio notable en las preferencias de vida de las personas.(Rounds & Stutts, 2021)

Hallamos esto muy preocupante ya que día a día se puede evidenciar la mayor influencia e impacto que pueden generar las tendencias globales y populares de las redes sociales, mostrándonos de esta forma como podríamos plantear diferentes escenarios y situaciones en donde podamos combatir con esta nueva tendencia viral.

8. Referencias bibliográficas

Arigo, D., Brown, M. M., & DiBisceglie, S. (s. f.). *Experimental effects of fitspiration messaging on body*. 11.

ASALE, R.-, & RAE. (s. f.). *Deportista | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/deportista>

Barron, A. M., Krumrei-Mancuso, E. J., & Harriger, J. A. (2021). The effects of fitspiration and self-compassion Instagram posts on body image and self-compassion in men and women. *Body Image*, 37, 14-27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.003>

Christensen, K. A., Forbush, K. T., Cushing, C. C., Lejuez, C. W., Fleming, K. K., & Swinburne Romine, R. E. (2021). Evaluating associations between fitspiration and thinspiration content on Instagram and DISORDERED-EATING behaviors using ecological momentary assessment: A registered report. *International Journal of Eating Disorders*, 54(7), 1307-1315. <https://doi.org/10.1002/eat.23518>

DIETA | Definición de DIETA por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de DIETA. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/dieta>

EJERCICIO | Definición de EJERCICIO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de EJERCICIO. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/ejercicio>

Goldstraw, D., & Keegan, B. (2016). *Instagram's #fitspiration Trend and Its Effect on Young Women's Self-Esteem*.

Goldstraw, D., & Keegan, B. J. (s. f.). *Instagram's 'Fitspiration' Trend and Its Effect on Young*

Women's Self-Esteem. 10.

HOMBRE | Definición de *HOMBRE* por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de *HOMBRE*. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/hombre>

IMPACTO | Definición de *IMPACTO* por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de *IMPACTO*. (s. f.). Lexico Dictionaries | Español. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/impacto>

Introducción al cuerpo humano—Fundamentos. (s. f.). Manual MSD versión para público general. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.msdmanuals.com/es-co/hogar/fundamentos/el-cuerpo-humano/introducci%C3%B3n-al-cuerpo-humano>
Investigación. (2022). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Investigaci%C3%B3n&oldid=142363840>

Limniou, M., Mahoney, C., & Knox, M. (2021a). Is Fitspiration the Healthy Internet Trend It Claims to Be? A British Students' Case Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1837. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041837>

Mayoh, J., & Jones, I. (2021). Young People's Experiences of Engaging With Fitspiration on Instagram: Gendered Perspective. *Journal of Medical Internet Research*, 23(10), e17811. <https://doi.org/10.2196/17811>

MÉTODO | Definición de *MÉTODO* por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de *MÉTODO*. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/metodo>

MUJER | Definición de *MUJER* por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de *MUJER*. (s. f.). Lexico Dictionaries | Español. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/mujer>

Pardal-Refoyo, J. L., & Pardal-Peláez, B. (2020). Anotaciones para estructurar una revisión sistemática. *Revista ORL*, 11(2), 155-160. <https://doi.org/10.14201/orl.22882>

Qué es el estilo de vida. Lo que dice sobre ti (actualizado 2022). (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.consumoteca.com/bienestar-y-salud/estilo-de-vida/>

¿Qué son las Redes Sociales? [Guía completa + ejemplos]. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

REVISIÓN | Definición de REVISIÓN por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de REVISIÓN. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/revision>

Rounds, E. G., & Stutts, L. A. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 267-274. <https://doi.org/10.1037/ppm0000288>

SALUD | Definición de SALUD por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de SALUD. (s. f.). Lexico Dictionaries | Español. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/salud>

SATISFACCIÓN | Definición de SATISFACCIÓN por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de SATISFACCIÓN. (s. f.). Lexico Dictionaries | Español. Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/satisfaccion>

Técnicas de investigación para universitarios. (2020, julio 28). *Mundo ULC*. <https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/>

TENDENCIA | Definición de TENDENCIA por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de TENDENCIA. (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de

<https://www.lexico.com/es/definicion/tendencia>

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35, 237-244. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>

TRASTORNO / *Definición de TRASTORNO por Oxford Dictionary en Lexico.com y también el significado de TRASTORNO.* (s. f.). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://www.lexico.com/es/definicion/trastorno>

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>