



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Tesina

Trayecto Prácticas Corporales

Grupo de investigación: Educación del cuerpo, técnica y estética.

Cuerpos verificados a través de influencers en Instagram: los modelos sexo-genéricos del entrenamiento corporal

Estudiantes:

Favaro, Victoria C.I: 5.470.119-3

Reis, Nahuel C.I:5.223.349-9

Roldán, Joaquín C.I: 5.164.637-2

Docentes orientadoras: Alonso, Virginia; Parada, Tamara

Abril, 2025

Índice

Introducción	3
Antecedentes	5
Problema	8
Objetivos	9
Preguntas de Investigación	10
Metodología	10
Marco teórico	11
Análisis	18
Conclusiones	41
Fuentes web	43
Bibliografía	44
Anexos	46

Introducción

El presente proyecto se enmarca en el seminario de tesis coordinado por el grupo de investigación “Educación del cuerpo, técnica y estética”, del Departamento de Educación Física y Prácticas Corporales de la Licenciatura en Educación Física de la Universidad de la República.

En esta tesis nos proponemos analizar y problematizar la formación corporal a partir de los contenidos producidos por cuatro influencers¹ de la red social Instagram, elegidos tras la realización de una encuesta² a través de Google Form³ a estudiantes del Instituto Superior de Educación Física (ISEF) en la que pudimos identificar qué influencers resultaron ser los más seguidos, visitados y por lo tanto consumidos.

El eje central del trabajo implica analizar los "modos de corporalidad" (Gambarotta, 2015) que se promueven en la red social Instagram; es decir, cómo estos afectan y forman cuerpos. Estos modos de corporalidad, estas maneras de ser y hacer cuerpo abren la pregunta por cómo se construye conceptualmente el objeto de estudio de las investigaciones del cuerpo para luego poder preguntarse por cómo se educa a éste, o, por cómo se transmite y se instituye lo corporal. Lo cual forma parte de una búsqueda constante de un ideal de cuerpo que, a partir de su exposición en las redes, educan a los cuerpos hacia ese ideal con premisas de cuerpos correctos e incorrectos.

Para comenzar con la investigación quisimos conocer cuáles son las elecciones que tienen nuestros compañeros/as de la licenciatura en Educación Física sobre maneras de entrenar y entrenarse, por lo que decidimos realizar una encuesta con varias preguntas específicas en relación al entrenamiento y las redes sociales que nace del interés en profundizar sobre los conocimientos expresados por influencers los cuales hablan sobre entrenamiento y en sus discursos transmiten un modelo de cuerpo ideal masculino y femenino. Nuestro propósito es analizar el contenido que estos influencers suben a la red social Instagram estableciendo ciertos parámetros de verdad sobre los cuerpos en el entrenamiento.

¹ La voz influencer es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales. Como alternativa en español, se acostumbra el uso de influyente, influidor e influenciador. Influencer definición fecha de visualización 26/11/2024 <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer#:~:text=La%20voz%20influencer%20es%20un,un%20influyente%20en%20redes%20sociales.>

² Ver anexos.

³ [Entrevista para Tesis de grado - Formularios de Google](#)

Vemos con interés esta temática debido a que mediante la encuesta realizada y los contenidos que visualizamos en Instagram, entendemos que hay contenidos “no-visibles” (Galak, 2020, pág.3) que se reproducen pero quedan por fuera del marco visual. Para ello analizaremos algunos influencers más destacados y más seguidos vinculados al entrenamiento y la formación corporal en general. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y tomando los/as influencers que aparecen, nos proponemos seleccionar y analizar de toda la muestra dos perfiles de mujeres y dos perfiles de varones para profundizar en sus discursos a la luz de autores que trabajan con los conceptos de cuerpo, estética y redes sociales. Luego de seleccionados los/as influencers nos proponemos construir categorías donde diferenciaremos primeramente los que explicitan en sus perfiles una formación específica en nuestro campo de los que no, así como también el número de seguidores con los que cuentan. Para ello es necesario esclarecer que nuestra selección cuenta con un primer filtro de influencers que se encuentran verificados por parte de Instagram y que esto tuvo relación cuando decidimos colocar la idea de cuerpo verificado en el título de este trabajo. Estar verificado en Instagram, según el proceso de verificación de la página oficial de la propia red⁴ requiere, además de ser solicitado, cumplir con ciertos requisitos tal como aparece en las “Condiciones de uso y las Normas comunitarias” (Lancaster, 2021). Por ejemplo: tener la cuenta pública, al menos una publicación, representar a una persona, marca o entidad conocida y ser buscada con frecuencia, entre otras. Además de asegurar la autenticidad de las cuentas, sin por ello garantizar el apoyo de Instagram a la misma, estar verificado “indica autenticidad y relevancia” (Lancaster, 2021). Desde este lugar es que surge nuestro interés, al cuestionamos el hecho de que Instagram no discrimina el contenido y los discursos que presentan los diferentes influencer en sus cuentas que llegan a todo público, donde él/la influencer y lo que comparten quedaría legitimado por su logo de aprobación, es decir, por la insignia de verificación otorgada por Instagram. Incluso concluyendo que no importará qué formación profesional o técnica tengan respecto al contenido creado.

A modo de adelanto entendemos que los perfiles observados cuentan con una diferencia sustancial en cuanto al número de seguidores que día a día consumen su contenido, este precede de una continua formación de supuestos para los consumidores tomados como verdades invariables que si se investiga algunas carecen de valor científico o comprobable.

⁴ Cory Lancaster:

<https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/understanding-verification-on-instagram#:~:text=En%20esencia%2C%20la%20verificaci%C3%B3n%20es,cuentas%20verificadas%20sean%20m%C3%A1s%20importantes>

Por lo tanto una primera conclusión a la creación de las categorías de influencers nos remite a una predominante utilización de las figuras masculinas y femeninas como foco de una imposición del concepto de fuerza el cual se transmite por los influencers más populares. Mientras que por otro lado, en cuanto a los discursos que se encuentran menos dominantes encontramos una idea de cuerpo universal en conjunto con la técnica.

Antecedentes

En la búsqueda de antecedentes sobre nuestro tema de investigación nos encontramos con varios autores que realizaron trabajos académicos en los cuales las redes sociales y sus efectos son el tema principal.

Para comenzar, traeremos al trabajo hecho por Betiana Manacorda y Lucrecia Maidana titulado “La gimnasia de Instagram”. Este trabajo trata sobre el impacto que generó la pandemia por el Covid-19 en la manera de hacer gimnasia y cómo a partir del acceso a las redes sociales, más específicamente a Instagram, el cierre de los gimnasios y el estado de encierro por parte de la población, hubo una transformación de esta práctica llevando a que se practicara desde los hogares a través de las pantallas: “se produjo una revalorización del movimiento en general y del ejercicio en particular” (Manacorda, Maidana, 2021, pág. 3). Es entonces que la gimnasia se vuelve la protagonista de la pandemia estando sostenida por discursos que pretenden contrarrestar los efectos del sedentarismo comienzan a crecer el número de influencers dedicados al sector fitness promoviendo “un cuerpo ideal y determinado estilo de vida” (Tinarejo Arias en Manacorda, Maidana, 2021, pág. 3). Así como también, la figura de influencer es utilizada para la promoción de marcas pudiendo identificar a la gimnasia como un medio para. Estas autoras logran identificar el tipo de representación del cuerpo que aparece y en los saberes sobre los que éste se construye, trayendo la existencia de un tipo de cuerpo en común: esbeltos, delgados, pulcros, activos, resistentes, es decir, se establece un tipo ideal de belleza que estas autoras dicen que se encuentran dentro de “parámetros establecidos y legitimados por la cultura de consumo capitalista, acompañado también de un discurso de estilo de vida saludable” (Manacorda y Maidana, 2021, pág. 4). Este trabajo nos acerca a nuestro tema de investigación en cuanto a los modelos de cuerpo que se muestran y se pretenden universalizar por parte de estos influencers en Instagram particularmente, desde saberes poco reconocibles y que, incluso, aún estando presentes no son legitimantes, es decir, “la legitimidad de esta gimnasia - así como otras formas de entrenamiento corporal - está dada por los resultados observables en el cuerpo de las

influencers tales como una “panza chata”, una “cola parada”, “piernas tonificadas”, etc. Ser poseedora de un cuerpo hegemónico, les habilita a intervenir sobre el cuerpo de los demás” (Op.cit, 2021, pág. 5). Por todo esto, y además teniendo presente el fenómeno de la “mercantilización de la gimnasia” (Crespo, 2013 en Manacorda y Maidana, 2021, pág. 6) es que estas autoras señalan su extensión mundial desde finales de los años 80 y como tuvo sus comienzos con la popularización del aerobics y sus nuevas formas hasta la actualidad, proceso que según las autoras “continúa profundizando según se adapta a los nuevos contextos, por ejemplo, las nuevas formas de transmisión. Instagram ofrece un formato donde la imagen lo es todo, el contenido debe ser breve, llamativo, explosivo” (Manacorda y Maidana, 2021, pág. 6). Esto nos permite seguir indagando e investigando acerca de los diferentes modelos corporales que son transmitidos desde el entrenamiento corporal a partir de los/las influencers en Instagram que seleccionamos pudiendo analizar en detalle qué tipos de discursos están promocionando y que tipos de cuerpos están creando.

El siguiente trabajo de Magdalena Lemus titulado “Publicar y mirar: La presentación del sí mismo online”, analiza las prácticas de presentación del sí mismo online en Instagram de jóvenes estudiantes secundarios de clases medias altas. Mediante la realización de entrevistas, entre otros modos de recaudación de datos, la investigación intenta comprender las modalidades de presentación de sí mismo en las redes sociales (Instagram) y su relación con los modos de construcción de las subjetividades. A su vez se destaca la posición desventajosa que las mujeres jóvenes viven dadas por estereotipos de género dominantes que se trasladan y reproducen desde el ámbito social al virtual y, que esto, según la autora, se da por la existencia de discursos acerca de un deber ser de género que los jóvenes adquieren desde el entramado social. Por otro lado, la autora habla sobre la presencia de famosos y figuras importantes como referentes para el resto de la sociedad en las redes, donde se genera, según esta, estereotipos online de las vidas y cuerpos que se muestran y, por lo tanto, los que no deben ser mostrados. En este sentido y si pensamos en nuestra tesis, este trabajo nos aporta para pensar en la construcción de la propia subjetividad a través de percibirse a sí mismo a partir de la imagen de un otro entendido como hegemónico, así como la mirada y la interacción con los otros, posibilitando así el “reconocimiento, valoración y adhesión por parte del otro” (Lemus, 2019, pág. 9). Esto nos sirve para demostrar cómo, de esta manera, el mostrarse en las redes sociales desde la imagen individual, corporal o de la vida cotidiana, es siempre para un otro, en el caso de la autora, para un otro cercano y similar del cual se espera reconocimiento y aprobación. Por otra parte también nos resulta interesante este trabajo

puesto que fue hecho antes de la pandemia, por lo que nos posibilita visualizar las redes y sus efectos antes de este hecho que como sabemos provocó modificaciones en las redes creando nuevos vínculos así como usos.

Ante la presencia de los medios digitales como parte de la formación de la cultura nos propusimos buscar antecedentes que hayan puesto en el punto de mira lo que sucede en Instagram y los contenidos que se nos permiten ver.

La tesis de maestría de Jimena González Correa realizada en el 2023 en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, abarca el tema de las redes sociales llamándolo cultura digital y se propone investigar su influencia en una escuela de Montevideo. Dentro de su trabajo podemos ver como mediante observaciones y entrevistas se adentra en el mundo de consumo de contenido de redes sociales como también ve el rol educativo puede llegar a cumplir en cierto punto si el material se utiliza con el fin de educar.

Tal como plantea la autora: "Los cuerpos, mediados por la cultura digital, crean, producen, reproducen y distribuyen imágenes que implican movimientos, técnicas, ropas, espacios, tiempos. Son imágenes que (in) visiblemente permean la escuela, configurando modos de ser y hacer, legitimando unos cuerpos sobre otros, y así se van formando cuerpos, técnicas y prácticas como capas en la memoria" (González, J.,2023, p.106). Este trabajo nos ofrece una perspectiva sobre el mercado, por lo que resulta útil considerarlo como antecedente para obtener información. Esto se basa tanto en las entrevistas con diseñadores de videojuegos como en observaciones, en las que la autora analiza los resultados a nivel escolar de las intenciones detrás del sistema de juego, los personajes y las historias. Estos elementos transmiten modelos de mercado, promueven acciones determinadas y popularizadas, y fomentan la reproducción de ciertos comportamientos a nivel corporal, al tiempo que potencian formas, técnicas y juegos.

Para reforzar el concepto de los influencers en Instagram podemos observar la tesis de grado de Clarisa Solé de la Universidad Nacional de La Plata, en la que habla de un cuerpo totalmente visto desde una mirada fisiológica con un objetivo de preservar la salud y en vistas de su relato sobre las clases observadas hay discursos que desvían sus momentos técnicos por que se le habla a la persona desde un lado completamente sentimental/motivacional. A su vez,

dando a entender el trabajo del organismo como la búsqueda de un cuerpo ideal, que termina por ser el cuerpo en el que este tipo de gimnasias se concentran y buscan reproducir a través de Instagram, convirtiéndolo en el status de belleza hegemónico. El poder del marketing hace que este tipo de prácticas puedan ser viralizadas en Instagram y llegar a una gran cantidad de usuarios en muy poco tiempo (Solé, C, 2022, pág.18).

Solé se propone problematizar el hecho de que el conocimiento que le llega a las personas sobre su cuerpo y el ejercicio es transmitido como una cosa banal de fácil entendimiento que solo permite avanzar a la persona en su bienestar físico. Lo que podemos saber sobre Instagram en 2020 es que las personas asistían a las clases en vivo por diversos motivos que les permitían continuar con el aislamiento decretado. Entre estos motivos se encuentran las frases motivadoras que, según las observaciones de Solé, destacaban momentos en los que se resaltaba la alegría y la motivación de estar sobrellevando la situación, gracias a esa conexión virtual. En este caso Solé interactúa con videos de Instagram, la misma red social que nosotros elegimos para analizar, por lo que al ver un trabajo ya realizado con una puesta de conceptos similar a la que nosotros nos proponemos, aparecen datos muy interesantes en cuanto a hablar de un cuerpo específico, un método de entrenamiento utilizado con un fin explícito además de que la clase en sí tenía como objetivo el colaborar con la situación de ese momento de pandemia.

Problema

Con el devenir de las redes sociales y el constante crecimiento de los influencers tanto en cantidad como su expansión en el ámbito del entrenamiento de los cuerpos, nos surge una inquietud en cuanto a su categorización, su estética y aceptación. Al introducirnos en el mundo de Instagram podemos observar varios influencers que producen contenido de manera rápida y constante, que a cada momento del día actualizan el contenido en su perfil. Entendemos que esto toma una forma comercial y en cierto punto algunos parecen perder el foco de lo que se comunica solo con el objetivo de sumar interacciones. Por lo que nos preguntamos; ¿A qué cuerpo se refieren cuando hablan de su mejor versión? ¿Con qué discurso llegan a tanta gente? ¿Cómo queda legitimado el contenido que traen sobre el entrenamiento?

Es entonces que al hablar de cuerpos queremos referirnos y evidenciar cómo lo hace Gambarotta al decir que, “la dimensión estética de las prácticas corporales se reproduce socialmente al configurarse lo eficaz y lo eficiente como lo correcto” (2015, pág.17).

Por lo tanto nos enfocaremos en analizar algunos influencers dentro de la red social Instagram que nos servirán para mostrar qué cuerpos y usos están siendo legitimados por los

que los reproducen y por quienes consumen su contenido en busca de los resultados que prometen. Uno de los aspectos que nos interesa analizar es la formación de dichos influencers seleccionados, algunos de estos influencers no tienen una capacitación o formación específica que avale su contenido por lo que nos lleva a cuestionar lo verdadera o correcta que será la información que ellos dan a sus seguidores. Esto nos llevó a crear categorías que ordenan a los tipos de influencer que uno puede conocer por lo que algunos se basan en decir argumentos científicos para sustentar la información o la validez del producto que quieren vender, en algunos casos su producto son capacitaciones para convertirse en entrenadores pero en otros son personas motivadas que comercializan un discurso de cambio y superación. Lo que se puede ver hoy día en esta red social para ganar el interés del público es, por ejemplo, qué cuerpos se muestran o cómo eligen que se vean, qué modelos estéticos se muestran, que dejan por fuera de ellos y con qué razón u objetivo se realizan los entrenamientos si nos referimos a los sujetos que nos proponemos analizar. Es por esto que parte de nuestra investigación es analizar y diferenciar los contenidos de personas que tengan formación sobre el entrenamiento y contrastarlos con personas que no los tengan, también debemos mirar de donde se construye una visión de cuerpo fisiológica de los que se inclinan por el desarrollo personal o la motivación, sin dejar por fuera las ideas generadas debido a los supuestos sobre los modelos sexo-genericos reforzados por los influencers que se observarán.

Objetivo general

- Analizar las concepciones de cuerpo, técnica y estética difundidas por influencers en Instagram.

Objetivos específicos

- Analizar los discursos y contenidos en relación al cuerpo y sus formas de entrenamiento que ponen a circular cuatro influencers seleccionados de la red Instagram.
- Analizar los ideales estéticos y sexo-genéricos de cuerpo que predominan en los cuatro influencers de Instagram seleccionados.
- Identificar el lugar que ocupa la técnica corporal en los perfiles que se publican.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles concepciones de cuerpo predominan en los influencers y sus publicaciones sobre el entrenamiento?
- ¿Qué cuerpos son los hegemónicos en las publicaciones? ¿Cuales son los modelos estetico y sexo-genericos verificados en Instagram?
- ¿Qué lugar se le da a la técnica corporal por parte de los influencers para conseguir ese cuerpo ideal?
- ¿En base a qué tipo de conocimiento se proponen y justifican los entrenamientos publicados por los influencers?

Metodología

Para este trabajo realizamos una investigación a partir de una metodología de carácter cualitativo. Se realizó un análisis de material audiovisual encontrado en la red social Instagram a través de perfiles específicos de influencers verificados.

Selección de la muestra a analizar. Los/las influencers fueron seleccionados a partir de los resultados obtenidos por una encuesta propuesta por nosotros y dirigida a estudiantes del ISEF, con el fin de recabar información para luego analizar mediante categorías creadas también por este equipo. El análisis, específicamente, se centró en imágenes y videos del contenido que los influencers publican en su perfil así como también del texto que acompaña los posteos. La encuesta consistió en la elaboración de un cuestionario on line dirigida a estudiantes de educación física, en la que se realizaron una serie de preguntas acerca del uso de redes sociales en relación a contenidos vinculados a la formación corporal, el fitness, el entrenamiento o la gimnasia. De allí se recibieron 120 respuestas que fueron utilizadas para la confección de nuestra muestra.

Fuentes. A partir de las respuestas de la encuesta, seleccionamos dos influencers varones y dos mujeres. Ellos/as son: Tomás Mazza⁵, Álvaro Guzmán⁶, Julieta Puente⁷ y Karen Zarate⁸. El análisis se basa en reflexionar acerca del lugar del cuerpo, el contenido que comparten, las formas de comunicación, el tipo/modalidad de entrenamiento y los tipos de influencer que podemos identificar, atendiendo a nuestros intereses, objetivos y problema de investigación.

⁵ <https://www.Instagram.com/mazzatomas/>

⁶ https://www.Instagram.com/alvaroo_trainer/

⁷ https://www.Instagram.com/julieta_puente/

⁸ https://www.Instagram.com/karenzarate_/

En relación a lo dicho con anterioridad, nos proponemos con este tipo de investigación, observar, reflexionar sobre la constante duda y problematización del lugar que ocupa el cuerpo, cómo y por qué se lo deja en ese lugar.

Plataformas. Para realizar la encuesta utilizamos Google Form. Aunque las respuestas que obtuvimos nos permitieron reconocer varias redes sociales utilizadas por los/las estudiantes,, para el alcance de esta investigación nos limitamos a Instagram, teniendo en cuenta la repercusión a nivel social en cuanto a sus seguidores.

Procedimiento. Conforme con los influencers seleccionados y definidas las preguntas que nos ayudarán a formar las categorías de estas personas que son reconocidas en la red social nos proponemos analizar cada uno de los perfiles, desde su descripción principal, su imagen de presentación al entrar en su perfil y también sus publicaciones y reels⁹.

Aspectos observables:

- Formación/Presentación.
- Seguidores.
- Contenido.
- Comunicación.
- Interacción.

Marco teórico

En el marco de nuestra investigación se nos hizo pertinente indagar autores que vengan a poner luz sobre algunos conceptos centrales para este análisis y, a su vez, rastrear autores que hayan tratado esta temática, o similares, como antecedentes.

Cuerpo e imagen: formación corporal estética y redes sociales

Para comenzar a entender a los influencers posteriormente analizados se nos presentó el dilema de cómo las redes sociales son un medio de transmisión de ideas y de expresión el cual pensamos que era solamente controlado por los administradores de las ya mencionadas

⁹ Reels son videos cortos que puedes crear y ver con facilidad en Instagram. Son una manera divertida de conectarte con tu comunidad mediante videos entretenidos que inspiran a todos a sumarse. Para los creadores, es la mejor forma de encontrar una comunidad muy participativa que comparta sus intereses. Son una función de la red social que permite a los usuarios grabar o subir videoclips de hasta 60 segundos, editarlos y agregar efectos antes de publicarlos.

redes. En nuestra búsqueda de información nos encontramos con el libro “ La cultura de la conectividad” de Jose Van Dijck en el que desarrolla la historia de varias páginas web y las hoy en día conocidas como redes sociales de manera crítica. Debido a que el término conectividad genera una gran repercusión al llegar como herramienta económica para las grandes empresas por el flujo de información que desde el año 2006 se potencia con el ingreso de una nueva masa de usuarios. Las repercusiones del concepto de conectividad en la actualidad demuestra el camino de los influencers por llegar a más gente donde puedan crear una comunidad, una identidad pero a la vez puedan ser constructores de su empresa y su imagen para derivar en generar ganancias económicas es algo que notamos al ver la promoción de marcas externas a ellos pero vinculadas con el contenido que generan.

Desde el inicio que las grandes empresas comenzaron a ver el tráfico de información y como la recién conformada cultura digital producía cambios que se daban luego a nivel sociedad es que encontraron, además de una herramienta como mencionamos antes, también una nueva parte del mercado donde se daban negocios público-corporativos, esto sucedía debido a la extensa conectividad vía redes donde la brecha entre el consumidor y el que produce llega a convertirse en una fina línea entre un contacto cercano como intercambiar mensajes.

En este sentido, y como antecedente, la tesis de grado de Camila Tinajero Arias dentro de la Licenciatura en Comunicación en BsAs, trae como problemática la popularización de un estilo de vida denominado “saludable” o “fitness”, en la red social Instagram, por parte de una serie de influencers mujeres y el impacto que esta tendencia tiene sobre las audiencias que las consumen. La repercusión que generan los posts en las redes sociales se ven reflejados en las reacciones y en la cantidad de ‘me gusta’ que poseen. Estas interacciones que se generan por dichos posts no solo se ven como un deseo, sino que también se tornan como impulsores de posibles tendencias de consumo, ya que cuando alguien observa que otros anhelan algo, de cierta manera se puede llegar a proyectar como una necesidad propia, a lo que Behar (2010), citado por Tinajero (2019, pág. 6) expone como “una cultura que parece favorecer el bombardeo permanente de mensajes publicitarios dirigidos a crear, exhibir y perpetuar un arquetipo ideal de belleza que debe ser alcanzado”. En este sentido, es posible evidenciar, según esta autora, que la vida categorizada culturalmente como privada se hace pública en cada post reduciendo así los límites entre la intimidad y el ámbito público, por lo tanto, “la distancia entre el enunciador y el enunciatario es cada vez más cercana” (Tinajero, C, 2019, pág. 8). La red social con sus lógicas y funcionamiento propio se ha convertido en un núcleo compartido donde el intercambio de ideas e imágenes que han conformado modelos de “pensamiento, así como también, necesidades, intereses, gustos,

preferencias y formas de ser de los individuos” (Tinajero, 2019, pág. 13). Concluyendo, según la autora, las redes sociales particularmente, se han transformado en la principal fuente de información; ofrecen un acceso sencillo y rápido y un flujo continuo de datos.

Por otra parte, en la actualidad con lo que respecta a las tecnologías portátiles, particularmente en una investigación realizada por Stassun y Pich (2019) donde el Apple Watch es su objeto a analizar, en cómo influyen en la gestión personal de la salud y en las rutinas diarias. Estos dispositivos recogen datos, emiten notificaciones y moldean el comportamiento del usuario, generando la percepción de un mayor control sobre el cuerpo, al tiempo que contribuyen a un sistema más amplio de vigilancia y de biocapital impulsado por el mercado. Estas tecnologías funcionan como prótesis que recogen continuamente datos íntimos, actuando esencialmente como "mecanismos de confesión". Los usuarios comparten su información de salud con el dispositivo, lo que contribuye a un sistema de gobernanza corporal gestionado por empresas tecnológicas como parte del mercado de biocapital.

En el contexto de la biopolítica, las tecnologías no solo rastrean la salud, sino que también normalizan y controlan los cuerpos de acuerdo con las necesidades del mercado y los estándares biomédicos. Esto genera nuevas formas de gestión corporal impulsadas por el deseo de optimización y control de la salud.

Debido a la conectividad dada en redes sociales y la visibilidad de los modelos de cuerpo circulantes en los perfiles analizados de Instagram, nos es pertinente hablar desde una concepción de cuerpo que lo toma como algo construido en el entramado sociocultural y signado por sus usos, Galak (2020) presenta las maneras que a través de las épocas históricas se han ido “conformando los modos de narrar lo corporal” (2020, pág. 2). Este autor entiende que a partir de la cinematografía como dispositivo sobre los cuerpos se construye una mirada sobre los mismos donde se puede identificar qué es lo que para ese momento histórico (desde los comienzos de la cinematografía hasta hoy podemos pensar justamente con lo que muestran los influencer y las maneras de grabación y efectos de imagen) valía la pena ser grabado y por tanto mostrado a un espectador, y, a su vez, aquello que no tenía valor, aquello que queda por fuera. En este sentido el autor nos dice que si aquello que se grababa en términos estéticos figuraba como lo correcto, lo esperado y lo deseado, aquello que la cámara no grababa era incorrecto, no esperado y por tanto no digno de ser deseado. El significado de gramática de lo corporal tiene que ver con identificar un lenguaje, que se lo relaciona e identifica como corporal y así poder pensar en una narrativa de lo corporal que será construida como correcta estableciendo técnicas específicas de hacer uso de este cuerpo. Entonces el autor nos invita a cuestionar si “¿es posible identificar la existencia de un modo

de narrar las prácticas de los cuerpos? ¿Existe una lógica particular en las formas de exponer los cuerpos? ¿Existen modos correctos de mostrar cuerpos en movimiento? ¿Y por ende modos no-correctos?” (2020, pág. 2).

En vista de las relaciones que observamos entre los influencers, sus seguidores y la manera en que transmiten estos ideales, se une a nuestro trabajo un vértice que refiere a las relaciones de poder y sus mecanismos de reproducción tal como lo analizan Bourdieu y Passeron (1996). El poder es uno de los conceptos clave y desde la mirada de los autores procede un análisis de cómo las relaciones entre las clases sociales y las instituciones educativas perpetúan estas dinámicas. El rol de los influencers como líderes de opiniones y la imagen que muestran de ellos mismos, siendo estos modelos a seguir por su comunidad, se imponen como portadores de un conocimiento o verdad que sus seguidores desconocen y se posicionan como testimonios de estos hábitos, evidenciando el funcionamiento de estas dietas y estos hábitos de entrenamiento. Para Bourdieu y Passeron, la educación en sí misma es un mecanismo de violencia simbólica donde el poder se logra a través de la dominación cultural en lugar de mediante la coacción directa. Para visualizar un modelo de la actualidad que describe Tinajero (2019) “no son únicamente una fuente de información sino también una imagen que atrae a los individuos, una forma perfecta de ser y verse que es admirada y aspirada por los demás.” (pág 18). Por lo tanto, en términos de relación jerárquica se establece una asimetría en donde se determina una posición de superioridad por parte del influencer frente al público que lo sigue. En relación con lo mencionado anteriormente, la descripción de Bourdieu y Passeron sobre las instituciones educativas resalta el papel crucial que desempeñan en la reproducción de las relaciones sociales. Aunque a primera vista puedan parecer neutrales, en realidad refuerzan los valores y la cultura de las clases dominantes, legitimando así su estatus. Por tanto, el concepto de meritocracia es criticado por considerar que la neutralidad de la educación, oculta la tendencia del poder a determinar quién tiene éxito y quién no. Como consecuencia, analizar estas dinámicas resulta esencial para explicar cómo se reproducen las desigualdades y se mantiene el orden social.

Al buscar información similar que nos introdujera a la manera en la que se aceptan los físicos representados en los perfiles de Instagram, llegamos a “Escolarizar lo sensible” de Pablo Pineau, que se ocupa del contexto histórico y la conversión de la estética educativa de argentina entre 1870 y 1945. Describiendo a las instituciones educativas como “dispositivos estéticos” que contribuyen a configurar la identidad cultural y los principios éticos de la sociedad. Pineau argumenta que la educación no solo transmitía los saberes, sino que también unía las tradiciones y prácticas para formar una cultura “civilizada”. De esa manera, en el

texto se analizan los modelos de la educación y propone una visión más compleja de la escuela como agente activo que definía los valores y la identidad nacional durante el siglo XX. En este sentido, de la misma manera que la escuela, como institución legítima para transmitir ciertos saberes, construye y reproduce una cultura estética particular, las redes sociales y en especial la elegida por nuestro trabajo (Instagram) se destaca la masividad a la hora de dejar de hablar de comunicación y poner en su lugar la palabra “conectividad” (José Van Dijck, 2016), los influencers que decidimos observar son un ejemplo y un sujeto transmisor de la cultura estética contemporánea.

En relación con la cuestión estética es inevitable hacer mención a la temática en torno a las construcciones de género, que, más allá de que para esta investigación no sea el centro de atención y análisis, nos parece importante resaltar que la construcción de diferencias en tanto cuerpo masculino y cuerpo femenino atraviesan los discursos de los influencers que analizamos. A nuestro entender, formaría parte de una próxima investigación que abarque más esta temática. Aún así, nos encontramos en relación con lo expresado por Ojeda, C. Scharagrodsky, P. Zemaitis, S, donde se comprende que:

La pedagogía moderna produjo un ideal corporal dominante sobre el cual se fundaron doctrinas pedagógicas. Cuerpos blancos, dimórficos, heterosexuales, simétricos, saludables y productivos, obedientes en sus gestos y miradas, pulcros y aseados en sus vestimentas, racionales y geométricos en su silueta, jerárquicos en función al deseo, clase social, color de piel, religión, etc. La construcción de este cuerpo ideal se asentó en la lógica de la mismidad, produciendo, a su vez, otredades que la afirmaran ya sea como normal, verdadero o deseable, excluyendo u omitiendo otras formas posibles de pensar, conceptualizar y, sobre todo, de experimentar la corporalidad. (2019, pág. 5-6).

Desde aquí que al observar las imágenes y videos que aparecen en cada perfil de los influencers nos posicionamos desde una mirada que nos permite esclarecer quienes reproducen este cuerpo moderno.

Cuerpo y técnica: formación corporal y técnicas corporales

Para problematizar las nociones de cuerpo y en vista de nuestro problema de investigación, nos parece pertinente tomar como referencia y hacernos con un concepto de cuerpo presentado por algunos autores para analizar las relaciones que surgen a partir de los cuerpos que se muestran en la red.

Desde una preocupación por cuáles son los modos de corporalidad presentes en los estudios sociales del cuerpo, Galak y Gambarotta (2020) plantean como un problema el lugar del cuerpo y su fijación en lo social, pretendiendo sembrar la pregunta: cómo se construye el

cuerpo como objeto de estudio en las investigaciones, para luego poder preguntarse, cómo se educa a éste, o cómo se transmite y se instituye lo corporal. A su vez, destacando la dimensión política del cuerpo “o, quizás, de la dimensión corporal de lo político” (Galak, Gambarotta, 2015, pág. 12) para pensar como este surge a partir de un proceso de las múltiples mediaciones con el otro (entendiendo otro como aquel otro diferente a uno, otro que puede ser persona, animal, o cosa) y con el lenguaje.

En este texto se presenta un claro rechazo contra “las perspectivas que reducen el cuerpo a una instancia de carácter natural (sea anatómica, biológica o fisiológica), por lo que se lo concibe como ajeno a los procesos históricos, sociales, culturales y políticos” (Galak, Gambarotta, 2015, pág. 41), es decir, se lo toma como algo ahistórico. En este sentido los autores traen, como preocupación central, la naturalización del cuerpo y cómo esto termina siendo base para instituir “diferenciaciones y, más aún, desigualdades que sean consideradas tan naturales como el cuerpo en que se asientan” (Galak, Gambarotta, 2015, pág. 42).

Se resalta, a su vez, la naturalidad con la que se ha tratado la diferencia entre un cuerpo que se relaciona con el hombre y aquel otro, distinto, que sería el de la mujer. Esta división se trata de cierta manera en hacer visible la debilidad de la mujer frente a la fuerza del hombre, así como el hecho de que el cuerpo de la mujer debe ser atractiva para el hombre, y más discursos que, como bien dicen los autores, lo ha establecido la naturaleza y modificarlos sería ir en contra de esta, es decir, antinatural. Todo esto para dar cuenta de cómo el cuerpo lejos de ser producto de la naturaleza, es, en sí mismo, un efecto de la cultura, y por tanto una construcción.

Podríamos así, y en relación a nuestro trabajo, preguntarnos:

¿Qué concepciones de cuerpo están por detrás o implícitas en los discursos de nuestros influencers?

¿A qué se lo toma como atinente al cuerpo? Entonces, pensar en qué hace que algo sea del orden de lo corporal y qué no.

Y finalmente llegar a la pregunta inicial: ¿qué es un cuerpo y cómo se produce?

Marcel Mauss, quien es citado por Galak y Gambarotta (2020), se preocupó por la elaboración de un trabajo que logre evidenciar lo que este denomina “técnicas corporales”

entendiendo a éstas como los distintos usos que son posibles de hacer con el cuerpo. Dicha cita traída por el concepto de cuerpo involucrado con la técnica, ha justificado el uso de las técnicas y normalizado la pre discursividad del cuerpo, para hacer posible el estudio de las distintas sociedades en donde la técnica va tomando diferentes formas, ya que ésta está condicionada culturalmente, siendo transmitida y reproducida en cada generación.

Se establece que existen técnicas que son enseñadas y transmitidas en espacios donde son pensadas (una clase de educación física) y otras que pueden entenderse como implícitas estando relacionadas con la familia, los grupos de pares y la sociedad en general, es decir, las formas de usar el cuerpo son transmitidas por una sociedad en concreto. Al estar enraizadas en una cultura particular, estas técnicas no tienen nada de naturalidad y los usos del cuerpo no son naturales sino que son culturalmente contruidos, por lo tanto capaces de ser modificadas. Gambarotta al analizar este trabajo pone el énfasis en la noción de cuerpo que está por detrás del planteo de Mauss, el cual tiende a instrumentalizar al cuerpo reduciéndolo a un medio para un fin. Por lo tanto se asume una re-producción corporal del esquema técnico de una cultura de la estética. Por otra parte y en concordancia, Mauss no problematiza al cuerpo sino que lo toma como invariante y de alguna manera natural a todos. Es decir, el cuerpo está como anterior a sus usos, y estos son los que varían no aquel, siendo este “pre sociohistórico”.

Por otro lado, a partir de Roger Hansen y Alexandre Fernandez Vaz (2004), y tomando en cuenta a las técnicas corporales como elementos constitutivos de las prácticas corporales, plantean como un problema el lugar que en la actualidad ocupan dichas técnicas en tanto son atravesadas por lógicas deportivas y codificadas como modelos pre establecidos. Ante esta problemática plantean que los gimnasios y las academias de musculación se han convertido en espacios clave de transformación corporal y subjetiva en la sociedad contemporánea.

En estos lugares, el cuerpo es moldeado siguiendo discursos y técnicas del entrenamiento deportivo, aunque históricamente vinculadas a atletas de élite se han popularizado entre la población general. El proceso de deportivización de las prácticas físicas, ha hecho que actividades como la musculación y las diversas formas de gimnasia adopten principios del entrenamiento deportivo, tales como la planificación rigurosa de ejercicios, la especialización en áreas del cuerpo y el uso de maquinaria avanzada. Estas prácticas han derivado no solo a mejorar la salud, sino a la búsqueda de un ideal estético, vinculado con un cuerpo musculoso y definido. La idea de sufrimiento autoimpuesto en este contexto es algo a destacar, el dolor

físico es visto como una prueba de esfuerzo y dedicación, una señal que le confirma al sujeto el estar progresando hacia los objetivos físicos deseados. Los sujetos aceptan, e incluso glorifican, el dolor resultante del ejercicio, considerándolo parte integral de su búsqueda de la perfección corporal donde esta va acompañada de sacrificios en otras áreas de la vida, como la dieta estricta y la renuncia a placeres cotidianos.

A partir de los mismos autores pero esta vez abordando las diferencias a partir del género como tema central, establecen como el culto al cuerpo en la contemporaneidad de los gimnasios de musculación hace que los aspectos de cuerpos masculinos y femeninos idealizados, influya en la educación física y las relaciones de género en dos gimnasios.

Los gimnasios funcionan como centros de culto al cuerpo, donde las expectativas de belleza y rendimiento corporal varían según el género. Estos ideales son perpetuados por la industria cultural y el entorno social ya que tienden a una presión por alcanzar estos cuerpos ideales afectando profundamente las relaciones humanas y la subjetividad. Estos centros no solo son espacios de ejercicio físico, sino también escenarios de socialización donde se refuerzan estereotipos de género y se negocian posiciones sociales en función del cuerpo. En los gimnasios, según estos autores, es posible observar una diferenciación basada en la apariencia física, donde la imagen del hombre musculoso denominado como "sarados"¹⁰ y las mujeres atractivas como "gostasas"¹¹, son dos términos que estos autores observan como posiciones de jerarquía, y estos ideales corporales reflejan las expectativas de la sociedad y la cultura de consumo.

Análisis:

Para dar comienzo con el análisis nos propusimos presentar dos cuadros que muestran el recorrido que hemos hecho y que más adelante desglosamos.

Influencer	Edad	País	Seguidores (k)	Info de presentación / formación
Tomás Mazza	23	Argentina	2,5 millones	-Tomas Mazza -Deportista -Vivo en una peli -Ropa fachera @shark_ok -Rutinas y dietas @trainingwhead -Contacto: doxen@0200.com.ar

¹⁰ Palabra de la jerga del portugués que se usa para referirse a alguien que está en buena forma física o musculoso.

¹¹ La palabra "gostosa" en portugués es un término coloquial que se utiliza para describir a una persona, generalmente una mujer, como atractiva o sexy.

Julieta Puente	30	Argentina	974 mil	-Owner @bootyboom.jp -SIEMPRE ARRIBA por @foxsportsargentina ENTRENA CONMIGO GRATIS EN YOUTUBE
Alvaro Guzman	-	España	452 mil	-Deportes - Biomecánico. Entrenador. Profesor. Divulgador. Vecino. Amante. -Aplico la biomecánica para que sepas cómo hacer (muy bien) los ejercicios
Karen Zarate	28	México	182 mil	-Entrenadora certificada -Técnica, fitness y ciencia -Entre inteligente con mi app @progreza -Nómada digital

Cuadro 1: cuadro de elaboración personal en base a la información publicada por cada influencer

Este primer cuadro intenta identificar y diferenciar los cuatro influencers que hemos elegido, aportando así datos personales que nos parecieron útiles y necesarios a la hora del análisis. Si observamos el espacio donde se muestra la cantidad de seguidores que cada uno de estos influencers tiene hasta la fecha, se nota una clara diferencia, dejando a Tomás Mazza, seguido por Julieta Puente, con más seguidores. Esto sucede a pesar de que ninguno de ellos cuenta con una formación específica en entrenamiento que respalde su contenido, lo que nos lleva a cuestionarnos cómo logran llegar a tantas personas. También detallamos las edades de cada uno, destacándose Tomas nuevamente por su corta edad y gran llegada al público en comparación con el resto. Sus presentaciones expuestas en cada uno de sus perfiles en la red también nos parecieron importantes puesto que allí figura la información que estos influencers quieren que el que vea su perfil sepa. En el caso de Álvaro, por ejemplo, deja expuesta su formación profesional dándonos a entender desde qué lugar hace su discurso. Lo mismo podemos pensar de Karen.

Por otro lado, en el segundo cuadro que presentamos a continuación, nos enfocamos en plasmar las categorías creadas a partir de observar ciertas características que cada influencer tiene respecto a diferentes temas, por lo que los cuatro ejes centrales para observar los perfiles fueron: las formas de comunicación, el lugar del cuerpo, el entrenamiento/ técnicas y los contenidos. A partir de esto decidimos crear las categorías influencer técnico, influencer gurú¹² e influencer motivador donde nos proponemos encasillar a cada uno de los seleccionados.

¹² <https://dle.rae.es/gur%C3%BA>

Tipo de influencer — Análisis del perfil	Influencer Técnico	Influencer Gurú	Influencer motivadora-técnica
	Alvaro Guzman	Julieta Punte- Tomas Mazza	Karen Zarate
Formas de comunicación	Forma dinámica de explicación en sus videos, con contenido puramente técnico y biomecánico.	Utilizan la motivación para impulsar a sus seguidores a conseguir mejores resultados corporales mediante frases motivacionales y videos de sus entrenamientos y vidas cotidianas.	Impulsa su contenido con frases o pensamientos de superación personal contando su historia mientras se desarrolla la explicación técnica de un ejercicio
Lugar del cuerpo/ mente (estética, género)	La mente se ve reflejada en su intento de transmisión del conocimiento y corporalmente ve las direcciones y las fuerzas actuantes en los ejercicios ejecutados. No se visualiza un cuerpo específico a la hora de analizar ejercicios ni de recomendarlos como tampoco define ejercicios para algún género en particular. No hay una intención explícita de diferenciar una técnica para mujeres y otra para varones. Se transmite una técnica para un cuerpo universal.	Presenta la mente y el cuerpo como dos partes separadas donde el cuerpo gobierna a la mente. Los géneros masculinos y femeninos están bien marcados por ambos influencers buscando su “mejor versión” y mejores resultados.	Refleja su cuerpo en sus redes y promueve la superación con sus cambios. No habla de géneros pero tiene un contenido llevado a lo femenino por utilizarse como la cara y cuerpo visible de su perfil. Pone en su cuerpo un foco importante ya que se enfoca en mejorarlo.
Modalidad de entrenamiento y lugar de la técnica corporal	Entrenamiento biomecánico con un lugar sumamente importante de la técnica en cada uno de los ejercicios.	No expresan una modalidad específica de entrenamiento, generan planes de entrenamiento para la venta al público y en su contenido no hay lugar a la técnica sino a repeticiones y en cómo llegar al mejor estímulo posible.	Resalta la importancia de una buena técnica para obtener resultados, no procede con ninguna modalidad de entrenamiento específica abierta al público.
Contenidos	Su contenido se concentra en analizar	Contenido del día a día, sus rutinas y formas de	Su contenido es la motivación personal con

	cuáles son las maneras correctas y más eficientes de ejecutar cada ejercicio en el gimnasio, basándose en la biomecánica.	vida, buscando motivar a sus seguidores a seguir su estilo de vida e impulsando el logro de objetivos, sueños y metas.	una base de preparación técnica para lograr ese objetivo.
--	---	--	---

Cuadro 2: cuadro de elaboración personal en base al análisis del tipo de influencer propuesto para cada perfil de contenidos.

Una primera mirada puesta en Instagram nos lleva a pensar en qué reconocemos como cuerpo, es decir, preguntarnos: ¿por qué es un cuerpo?, para entonces poder identificar qué se transmite del cuerpo que aparece en los perfiles de los influencers mencionados y si funcionan como un presupuesto implícito en sus discursos dentro y fuera de la red social. Los influencers que elegimos para analizar hablan del cuerpo de maneras distintas. Entendemos que si bien sus perfiles no reflejan si tienen o no conciencia sobre aquello de lo que hablan en términos epistémicos, es decir, no tenemos evidencia para afirmar que conceptos de cuerpo tienen, podemos si analizar sus discursos y establecer algunos lineamientos.

Es entonces que a partir de los dos cuadros y del apoyo teórico que los textos elegidos nos brindaron, de los que profundizaremos, más específicamente trayendo las categorías de análisis, las cuales son: Influencers técnicos, Influencers técnicos/motivadores e Influencers Gurú, donde destacan las formas de comunicación utilizadas por cada uno, el lugar del cuerpo y de la mente, la modalidad de entrenamiento y también el lugar de la técnica corporal y, por último, los contenidos de cada uno de manera de ir contestando las preguntas de investigación y cumpliendo con los objetivos de la tesis.

Con respecto al lugar del cuerpo estaremos analizando qué nociones de este aparecen en los discursos de estos influencers, entendiendo desde Gambarotta y Galak (2015) qué es lo naturalizado del cuerpo y cómo esto se asienta en el inconsciente de los que consumen su contenido e incluso en quien lo produce. En este sentido, el contenido que se comparte nos servirá para analizar desde las categorías de vivible y no visible abordadas por (Galak, 2020), para dar cuenta de aquello “qué vale la pena ser filmado y qué no” (pág.3). Por otra parte, las formas de comunicación de estos creadores de contenido reflejan cómo eligen comunicar, es decir, el lenguaje con el que se identifican tanto verbal como visualmente, así como también estrategias de cámara, sonidos, y demás, dejando por fuera conceptos, imágenes y/o situaciones que no acompañen su mensaje. Así mismo, analizaremos el tipo o modalidad de entrenamiento, es decir la manera de entrenar que utilizan y recomiendan, cómo eligen

mostrar su entrenamiento donde los métodos pueden ser analíticos, globales, entre otros. Por último, con la categoría tipo de influencer nos enfocaremos en clasificar como nosotros entendemos que desarrollan su perfil en redes sociales. Por ejemplo: influencer técnico e influencer gurú.

Tal como se visualiza en el cuadro 2, a partir del análisis de los contenidos que cada influencer pública, proponemos categorizar los tipos de influencers en 3 grupos, cada uno con sus particularidades: influencer técnico, gurú y motivador técnico. Pasaremos a continuación a describir y analizar cada uno en profundidad.

Influencer técnico

Esta categoría de influencer destaca por varios ejes donde el principal es la ejecución de los ejercicios basándose en la biomecánica, luego aparece la corrección de errores tanto a una persona que representa los fallos más comunes mientras que hay otra parte de su contenido que ve videos de otros sujetos entrenando.

Formas de comunicación: En estos influencers nos basamos en su contenido para ver de donde proceden a detallar las maneras correctas e incorrectas, técnicamente hablando, para proceder luego con las correspondientes mejoras a realizar en la ejecución del movimiento.

En la cultura actual, donde el término influencer cobra gran relevancia y se habla constantemente de la cultura digital, los influencers técnicos pierden protagonismo al observar un mundo de consumo impulsado por la tecnología. En este contexto, los influencers que logran conectar con la vida cotidiana del público tienden a atraer más seguidores, lo que amplifica su mensaje. En cambio, los influencers técnicos se sitúan por debajo de otra categoría más influyente: los influencers motivadores.

Lugar del cuerpo/ mente: Visualizando su perfil podemos entender que no pone en juego pautas de género ni estética, su principal foco está en la conciencia y la importancia de observar, medir y racionalizar las acciones utilizadas en el cuerpo. Es entonces que observamos un perfil donde se coloca al cuerpo como universal desde la técnica corporal, esto es establecer una técnica que aparentemente no se construye desde la diferencia de un cuerpo masculino y un cuerpo femenino.

Modalidad de entrenamiento y lugar de la técnica corporal: En este perfil se encuentran videos e imágenes con referencias puras y exclusivas a la biomecánica donde el seguidor puede referirse siempre que necesite una guía, por lo que es un entrenamiento estructurado y no variante, estableciendo normas y formas exactas a imitar.

Contenidos: Alvaro Guzmán es un experto en biomecánica según su perfil de Instagram, donde se observa un gran recorrido y conocimiento aplicado a la sala de musculación donde mediante ejercicios de pesos libres, poleas y máquinas transmite la visión científica del gimnasio. Su camino y el objetivo que transmite es el de despejar mitos en cuanto a videos de redes sociales donde se recomiendan ejercicios. Se propone exponer errores que se reproducen día tras día al no tener en cuenta la biomecánica ya que dicha ciencia estudia la física y la mecánica aplicada racionalmente a un cuerpo.



Captura de pantalla 1: Corrección de un ejercicio sin efectividad
https://www.instagram.com/reel/C6T_NNkteOH/



Captura de pantalla 2: Demostración de las palancas de fuerza <https://www.Instagram.com/reel/DCorHYQtO2a/>

En otra de sus publicaciones podemos observar su opinión crítica frente a los esfuerzos máximos exigidos en este caso a un hombre. La siguiente imagen captura un reel en el que Guzmán no procede a imponer su técnica preferida ni desvalorizar al hombre que realiza las zancadas sino que le brinda mejores opciones y le recomienda un mejor orden de los ejercicios para obtener el mejor beneficio posible.



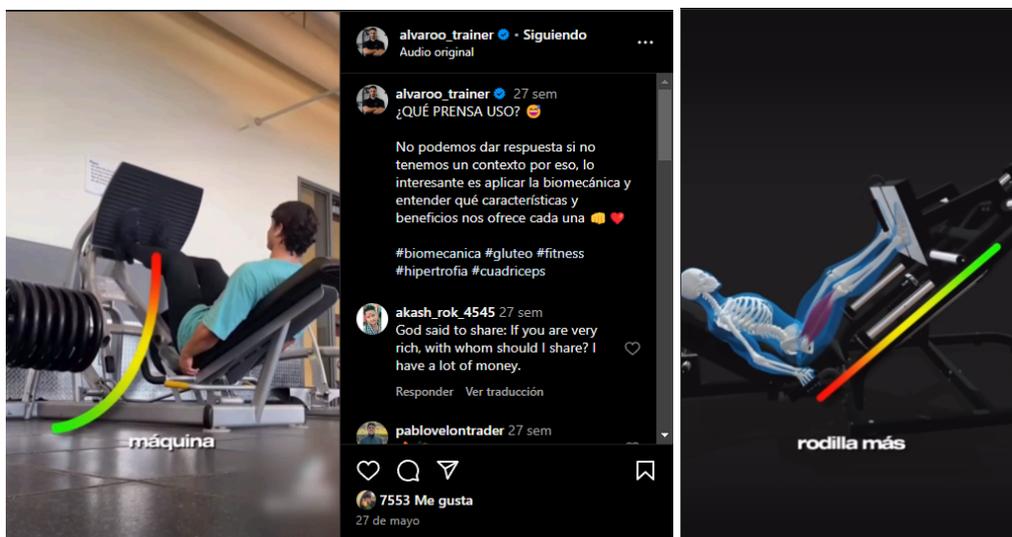
Captura de pantalla 3: Recomendaciones para mejorar una zancada

<https://www.Instagram.com/reel/DCealUDtQuC/>

En el reel de la imagen a continuación a su vez procede a demostrar mediante su conocimiento de biomecánica como el ejercicio toma beneficio de todos los factores usados como resistencias.



Captura de pantalla 4: Análisis de las variantes de fuerza <https://www.Instagram.com/reel/DCO3X2rNKCx/>



Captura de pantalla 5 y 6: Analizando el uso de cada aparato del gimnasio <https://www.Instagram.com/reel/C7eueQdtuq8/>

En este reel se propone informar cómo utilizar las máquinas y explica de qué manera aplica las fuerzas en tus músculos, dentro de estas explicaciones y en específico de este reel no hay interés en promocionar nada más que el beneficio de utilizar diferentes máquinas para lograr

los estímulos correspondientes. Podemos observar en otros de sus reels promocionar sus capacitaciones donde se interesa por formar entrenadores con una base biomecánica ósea que su objetivo a través de sus redes es el poder mejorar la calidad de entrenadores que están en plena formación o actualización.

Si bien no analizaremos en profundidad a otros influencers que comparten la temática, podemos sí mencionar que este tipo de influencer técnico se presenta con frecuencia en los perfiles de las redes. Algunos otros sujetos que comparten con Guzmán este perfil de influencers técnicos son: Nicolás Culela¹³, Ariel Couceiro¹⁴, David Marchante¹⁵, Raul Ocaña¹⁶, Alexandre Whitehair¹⁷ debido a que su contenido se basa en las anteriormente llamadas recomendaciones a la vez que aparecen las correcciones y la explicitación de algunos sobre los cursos que emiten con la intención de capacitar. Por último, es interesante resaltar que todos los perfiles relacionados a la categoría de técnicos que encontramos son masculinos, y no logramos encontrar una figura femenina que tenga este estilo de perfil y llegue a tener el carácter de verificado.

Influencer Gurú

En esta categoría estaremos analizando lo que consideramos son influencers que hablan sobre entrenamiento, cuerpo, estilo de vida, acompañado todo esto de consejos de manera permanente que podríamos llamar de forma coloquial “psicología casera”, sin un sustento teórico a partir de una formación que sustente sus discursos, más allá del signo de verificación que les otorga Instagram como se explicó anteriormente¹⁸. Elegimos analizar a Tomás Mazza y Julieta Puente, ambos influencers de nacionalidad argentina con un número muy elevado de seguidores tal como fue mostrado en el cuadro 1, sobre todo si lo comparamos con los otros dos influencers elegidos para analizar.

Formas de comunicación:

Abriendo el tema de la manera que comunican estos influencers, se destaca la motivación y hasta dónde son capaces de llegar con su exposición. En primer lugar y en relación con el

¹³ <https://www.Instagram.com/nicolasculela/>

¹⁴ <https://www.Instagram.com/arielcouceirogonzalez/>

¹⁵

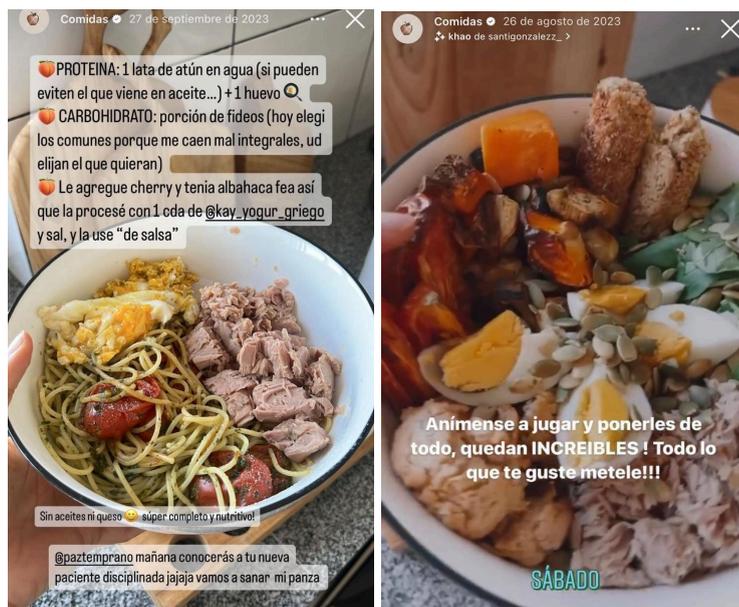
https://www.Instagram.com/davidmarchante?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNW==

¹⁶ <https://www.Instagram.com/raulteentrena/>

¹⁷ <https://www.Instagram.com/realgame.athletics/>

¹⁸ Ver página 4 de este trabajo.

nombre que elegimos para esta categoría, entendemos que el significado de la palabra gurú¹⁹ aplicaría para lo que en estos perfiles se observa. Son una especie de guías que les dirán a sus seguidores qué hacer, cómo hacerlo y cuándo hacerlo. Más aún, se puede ver como ambos influencers utilizan la motivación para impulsar a sus seguidores a conseguir mejores resultados corporales mediante frases motivacionales y videos de sus entrenamientos y vidas cotidianas, mostrándose como aquellos que en base a su experiencia personal establecen una verdad sobre los cuerpos, sus formas de entrenar, de hábitos de vida, rutinas y formas de afrontar situaciones, sean las que sean. Además estas guías ofrecen muchas veces apoyo, oficiando de pseudo psicólogos y otras veces de amigos, siempre impulsando a sus seguidores a continuar sin importar qué. En este sentido, podemos ver, dentro de sus publicaciones platos de comida, mensajes sobre un físico ideal y lo fácil que es conseguirlo; siempre destacando la disciplina de “hacer lo mismo todos los días”²⁰, junto con las conocidas imágenes que naturalizan cuerpos gordos con comida chatarra y cuerpos flacos, y en especial fuertes, con una manzana en esta idea de cuerpo contemporáneo saludable y hegemónico.

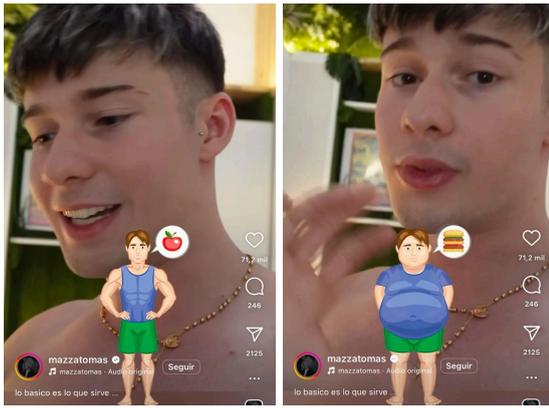


Captura de pantalla 7 y 8: platos de comida “saludables”²¹

¹⁹ En el hinduismo, maestro espiritual o jefe religioso. Persona a quien se considera maestro o guía espiritual, o a quien se le reconoce autoridad intelectual.

²⁰ https://www.Instagram.com/reel/C8Qd_aDMCYb/

²¹ <https://www.Instagram.com/stories/highlights/17854919297462007/>



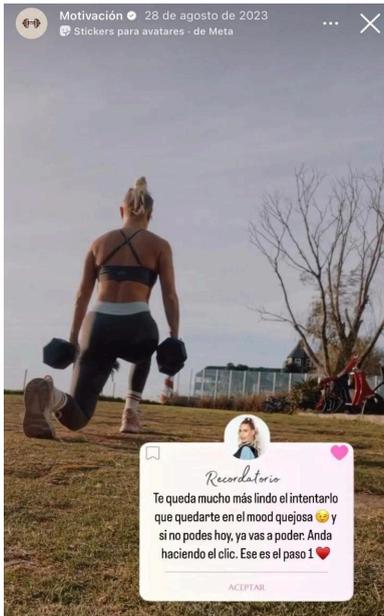
Captura de pantalla 9 y 10: representación hegemónica y naturalizada sobre un cuerpo delgado y saludable y un cuerpo gordo y enfermo²².

Un centenar de videos donde estos influencers se muestran entrenando con una expresión en sus caras, gestos y discursos que reflejan una vez más el sufrimiento por el que hay que pasar para “entrenar bien”, sin embargo, al finalizar el entrenamiento o ejercicio particular que están mostrando, se puede apreciar una cara de satisfacción que nos da a entender que superando el dolor se han superado a sí mismos habiendo cumplido, construyendo así un sentimiento de orgullo percibido como éxito.

Podemos ver cómo el mensaje siempre viene acompañado de una imagen de su cuerpo bastante descubierto como manera de confirmar lo que promociona así como incentivar a la culpa de que si no haces lo que te dice no vas a llegar a ese estado físico que, por cierto, lo debes desear. Pero intentemos aclarar la responsabilidad que se le otorga a cada persona que más allá de su contexto, que no es tomado en cuenta, debe por sus propios medios lograr lo que la imagen muestra, sino es porque se es perezoso, vago, o “quejosa” como menciona la influencer.

Aparece en Julieta un discurso que construye un lugar de lucha; conseguir los objetivos estéticos y una “vida feliz” debe hacerse con sufrimiento, “hay que seguir”, no importa que duela o no hayan ganas, el lema es seguir porque el cuerpo puede y hay que moverse.

²² <https://www.Instagram.com/mazzatomas/reel/C93MsZHhNnr/>



Captura de pantalla 11, 12, 13 y 14: La culpa como motivación²³

²³ Ver: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17919198866416242/>
[https://instagram.fmvd2-1.fna.fbcdn.net/v/t51.29350-15/444788985_1870547230032880_4158786024466308022_n.jpg?stp=dst-jpg_e35_p640x640_sh0.08_tt7&efg=eyJ2ZW5jb2RlX3RhZy16ImltYWdlX3VybGdlbi4xMjg0eDIyODIuc2RyLmYyOTM1MC5kZWZhdWx0X2ltYWdlIn0&_nc_ht=instagram.fmvd2-1.fna.fbcdn.net&_nc_cat=104&_nc_ohc=-GkV9RE0xgMQ7kNvgFYRhH8&_nc_gid=412eae44dfbf4b4b8472b50fa1e56461&edm=APs17CUBAAAA&ccb=7-5&ig_cache_key=MzM2OTk2MjltwMzkyMjI1NTI5OA%3D%3D.3-ccb7-5&oh=00_AYB-ZgywmRh22s5mVTYC5C_da0_fOZ_I7zmpgNvM_Rcqvg&oe=67735FC7&_nc_sid=10d13b](https://instagram.fmvd2-2.fna.fbcdn.net/v/t51.29350-15/419332635_922964215567412_4421991647896797175_n.jpg?stp=dst-jpg_e35_p640x640_sh0.08_tt7&efg=eyJ2ZW5jb2RlX3RhZy16ImltYWdlX3VybGdlbi4xMjg0eDIyODIuc2RyLmYyOTM1MC5kZWZhdWx0X2ltYWdlIn0&_nc_ht=instagram.fmvd2-2.fna.fbcdn.net&_nc_cat=108&_nc_ohc=ZTT0MDHuvqwO7kNvgEGiV4x&_nc_gid=412eae44dfbf4b4b8472b50fa1e56461&edm=APs17CUBAAAA&ccb=7-5&ig_cache_key=MzI4MDkzODQ4NjMyNDQ2MTY1NQ%3D%3D.3-ccb7-5&oh=00_AYCxwW15itc0-rgR7W6xrV28Tzglpfm92AA31SK9ySGYNw&oe=67736514&_nc_sid=10d13b)

En este sentido, Tomas Mazza también se encuentra alineado con la misma creencia de que para conseguir algo es necesario sufrir: “vas a sufrir” y “te van a costar las cosas”.



Captura de pantalla 15 y 16: el sufrimiento como motivación²⁴

El sufrimiento es señal de éxito para estos influencers y la motivación toma sentido cuando se intenta seguir más allá del dolor, del sufrimiento y del costo que tenga lo que se haga. Hay que seguir con el apoyo virtual y la guía detallada de lo que estos influencers, como símbolo de éxito, dicen que hay que hacer. Hablan desde la experiencia como insignia de sabiduría y autoridad. Se asume que los objetivos que proponen son de carácter universal y por lo tanto todos desean lograr. Se asumen en una posición de saber legitimado que los coloca en un lugar de poder. En este sentido Tomás Mazza, reconociéndose como hombre, abusa de esta autoridad autoimpuesta y reconocida por sus seguidores, cuando en sus videos se muestra “sobrador”²⁵ frente al que está aprendiendo, se equivoca o no tiene suficiente fuerza como debería por el hecho de ser hombre. Un ejemplo de esta actitud de burla puede verse en el siguiente reel²⁶.

Lugar del cuerpo/mente (estética, género):

Sus discursos toman al cuerpo como un medio utilizado para el atractivo de las redes sociales así como también están de manera permanente haciendo alusión a una distinción entre mente y cuerpo, que se contradice, ya que muchas veces hablan de la superioridad de la mente sobre el cuerpo y otras donde el cuerpo está por encima de la mente. Vemos como ambos dividen al cuerpo entre una parte racional, la mente, y una parte de la materia, lo físico, e incluso dan a

²⁴ <https://www.Instagram.com/reel/DAwc6O5RvE6/>
<https://www.Instagram.com/mazzatomas/reel/C-dhF-qhgvY/>

²⁵ En nuestra jerga o lenguaje coloquial quiere decir “burlarse de alguien dando muestras de superioridad o suficiencia” <https://www.asale.org/damer/sobrar#:~:text=3.-tr.a%20alguien%20en%20alguna%20actividad.>

²⁶ <https://www.Instagram.com/reel/C6eySBVrO8J/>

entender a sus seguidores que esta separación no solo es real sino que es posible de controlar, por un lado a la mente para entonces controlar al cuerpo. A propósito de esta diferenciación entre la mente y el cuerpo identificadas como dos partes separadas y donde en la mayoría de las ocasiones el cuerpo gobierna a la mente, traemos algunos reels a modo de esclarecimiento. En primer lugar Tomas Mazza²⁷ menciona que: “el cuerpo puede más que la mente”, estableciendo así la existencia de una separación e incluso una jerarquización, que varía según lo que le sea conveniente en su discurso para ese momento. Afirma que “el cuerpo es una máquina perfecta... tienes que luchar contra tu mente y creer en tu cuerpo, porque el cuerpo siempre puede más que la mente pero la mente tira para abajo, la mente pone límites”. Entender al cuerpo como una máquina es pensarlo como funcional a algo, una máquina funciona, cada parte está diseñada para servir, y sobre todo para algo más que la existencia únicamente. Del mismo modo, cuando analizamos el perfil de Julieta Puente nos encontramos con discursos donde se menciona que “el cuerpo es capaz de todo!!! Es a la mente a la que hay que convencer” o “no te olvides que siempre falla primero la mente, antes que el cuerpo, hace lo mejor que puedas y ya”.



Captura de pantalla 17: Frase donde se deja explícita la diferencia que hace Julieta entre mente y cuerpo²⁸

²⁷ <https://www.Instagram.com/reel/C4G6xYrrNaP/>

²⁸

https://www.Instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTE5MTk4ODY2NDE2MjOy?story_media_id=3180052476778956860&igsh=MTVob3l3ZXJsTB3Mw==.

Es importante destacar que Julieta habla continuamente hacia un público que ella percibe y reconoce como femenino, dejando así por fuera a un otro que no se perciba mujer. Entendemos que esto se debe a que la diferencia está incluso en ella, y lo que hace es reproducirla. Siendo mujer, su contenido no está dirigido a los hombres, ya que no comparten los mismos objetivos estéticos y, sobre todo, sus anatomías y fisiologías no son iguales. Entonces podemos afirmar que Julieta entiende al cuerpo desde la mirada anatómica que construye dos cuerpos bien marcados y bien distintos: mujer y hombre, referido al discurso hegemónico sobre las diferencias naturalizadas entre hombres y mujeres que estarían dadas sobre la base de lo biológico. En ambos perfiles, el género masculino y femenino están bien marcados, y si bien Julieta Puente no habla directamente de un género masculino ni su contenido está dirigido a este, el lugar desde donde habla sobre los cuerpos femeninos nos da a entender que estaría dentro de la misma lógica que Tomas Mazza, que si bien su contenido está dirigido al género masculino en varios de sus reels hace referencia y muestra al género femenino. Para empezar, Julieta, percibida mujer dirigida a mujeres, promociona en su perfil su marca de ropa y accesorios, llamada “booty boom”²⁹ que al español se puede traducir como bomba de trasero. Esto es un claro ejemplo del discurso hegemónico donde el atractivo de la mujer es la cola (y las tetas) y, por lo tanto, deben de ser entrenadas de manera obligatoria (solo por ser mujer) en el gimnasio; sitio oficial para modificar la estética luego, claro, del quirófano. Julieta Puente es la representación de lo que en la contemporaneidad se toma como mujer ideal, con la vida ideal, el marido, la casa, el trabajo, las vacaciones ideales, y, por supuesto, el cuerpo ideal. Su perfil está dedicado a mostrar su vida llena de brillos, coloreada de rosa y perfecta. Aunque, con un pasado³⁰, donde deja ver su vulnerabilidad y sufrimiento pero ya no ese sufrimiento que es símbolo de éxito, sino el sufrimiento de una enfermedad, (¿quizás otro tipo de enfermedad?), resulta interesante pensar que aunque se muestra feliz y en paz con ese pasado, su vida está rodeada de lo que fue síntoma de su enfermedad, la comida, el entrenamiento, el cuerpo.

²⁹ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/booty> Fecha de visualización 28/11/2024

³⁰ <https://www.instagram.com/p/CW6zH4asskH/>



Captura de pantalla 18: autorreferencia de Julieta por el pasaje de su TCA

Por su parte, Tomas Mazza, buscando continuamente la “mejor versión” y los “mejores resultados” con su propio cuerpo, bajo objetivos claramente estéticos, habla del gimnasio como lugar de entrenamiento donde el sentido de habitar ese espacio es únicamente buscando la mejor forma corporal, estando inmerso y reproduciendo la estética fisicoculturista donde el volumen de la masa muscular, es decir, el “estar marcado y grande”, es lo bello. Es así que mantiene su actividad en la red en parte mostrando “la debilidad” del otro, recurriendo a la humillación³¹, frente a su capacidad de fuerza e inteligencia, partiendo de la disciplina como camino a seguir así como la capacidad de superar obstáculos que según él estarían relacionadas a la mente³². A esta debilidad Tomas la va a relacionar con el ser gay³³ y la imagen de la mujer, por sobre todo. Pero aquí se hace necesario decir como a la mujer no solo se la muestra débil corporalmente (el músculo no denota excesiva fuerza, al menos no más

³¹ <https://www.Instagram.com/reel/C6eySBVrO8J/>

³² <https://www.Instagram.com/reel/DBeyA5DSb4F/>

³³ “Si parás sos gay, ¡no no parás!” En este reel vemos como la manera que utiliza Tomás para motivar a sus compañeros de gimnasio es la de compararlos con una persona homosexual de manera peyorativa. Alude a trabajar “la cola” y lo relaciona con el género femenino, y para el caso de un varón lo asocia con la homosexualidad con una valoración negativa. <https://www.Instagram.com/reel/C7xa8oNMRgY/>

que la del hombre³⁴), sino que en muchos de sus videos toma un rol donde se la ve actuando de manera tonta³⁵. Además, siempre se la pone en un lugar sexualizado, donde ésta por ser mujer tiene el deber de atraer al hombre, sin que este pueda evitarlo, y de la única manera que esto no sea posible es cuando se la asocia a una mujer gorda o con gestos que son naturalmente de los hombres.

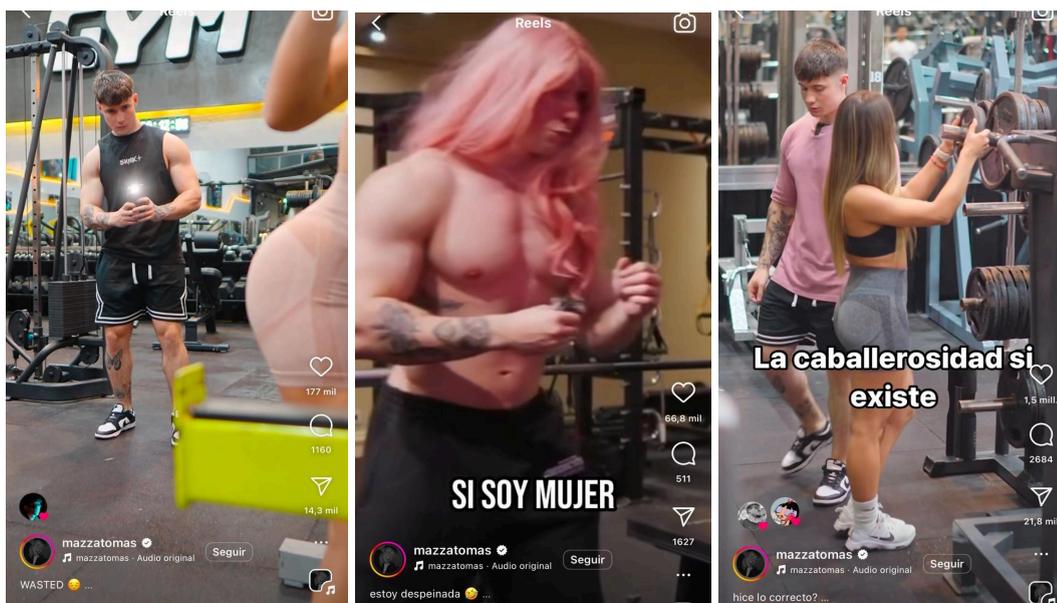


Captura de pantalla 19: Motivación desde la humillación

Sobre este análisis, desde el texto de Scharagrodsky (2019) recuperamos el ejemplo de Tomasito cuya figura era diferente a la de los demás muchachos ya que al no seguir el modelo corporal normalizado se lo excluía debido a la imposibilidad de hacer lo que los demás hacían y de la manera en que lo hacían, dejándolo en un lugar de diferencia y debilidad. Es entonces que tomando como ejemplo las preguntas que este autor se hace en el texto podemos preguntarnos: ¿De qué manera las redes sociales reproducen un canon corporal sexualizado, racializado y generizado? Todo esto para permitirnos problematizar lo que en estos vídeos se reproduce y normaliza, cómo visualizar la posición de debilidad otorgada a quienes no cumplen con lo establecido.

³⁴ Aquí dejamos un reel donde Tomás Mazza, al ponerse una peluca rosa de pelo largo, imitando el estereotipo de ser mujer, nos transmite como siendo mujer puede pelear contra otra mujer porque estarían al mismo nivel, y entonces afirma “bueno ahora puedo pelear contra vos si soy mujer”.

³⁵ <https://www.Instagram.com/reel/DAezTXjMRL4/> <https://www.Instagram.com/reel/C9TM78dsUkn/>



Captura de pantalla 20, 21 y 22³⁶.

Modalidad de entrenamiento y lugar de la técnica corporal:

En lo que respecta al entrenamiento no expresan una modalidad específica, sino que ofrecen una variabilidad de modos de entrenar, tiempos de pausa, de descanso, que siempre son cambiantes según lo que vayan experimentando y vivenciando ellos mismos con su propio cuerpo, que como vimos, sería aplicable a otros cuerpos y otras realidades. Generan planes de entrenamiento para la venta al público y en su contenido, la técnica aparece sin ningún sustento científico, incluso sin problematizar. Simplemente muestran cómo hacer un ejercicio y eso es todo lo que hay que saber. Estos videos sobre entrenamiento repiten el hecho de exhibir sus cuerpos realizando los ejercicios, siendo siempre la preocupación central la técnica del ejercicio como medio para lograr una estética determinada, dejando de lado el lugar de la técnica como posibilitadora de otros haceres con el cuerpo. El objetivo de Mazza sobre todo dentro del gimnasio es únicamente estético, y la técnica correcta (sin saber desde qué lugar entiende que es la técnica correcta) es el medio perfecto para conseguirlo. En cuanto a Julieta Puente no hay publicaciones que hagan referencia a cómo hacer un ejercicio, sino que entre los miles de temas que aborda, estando todos relacionados al estilo de vida

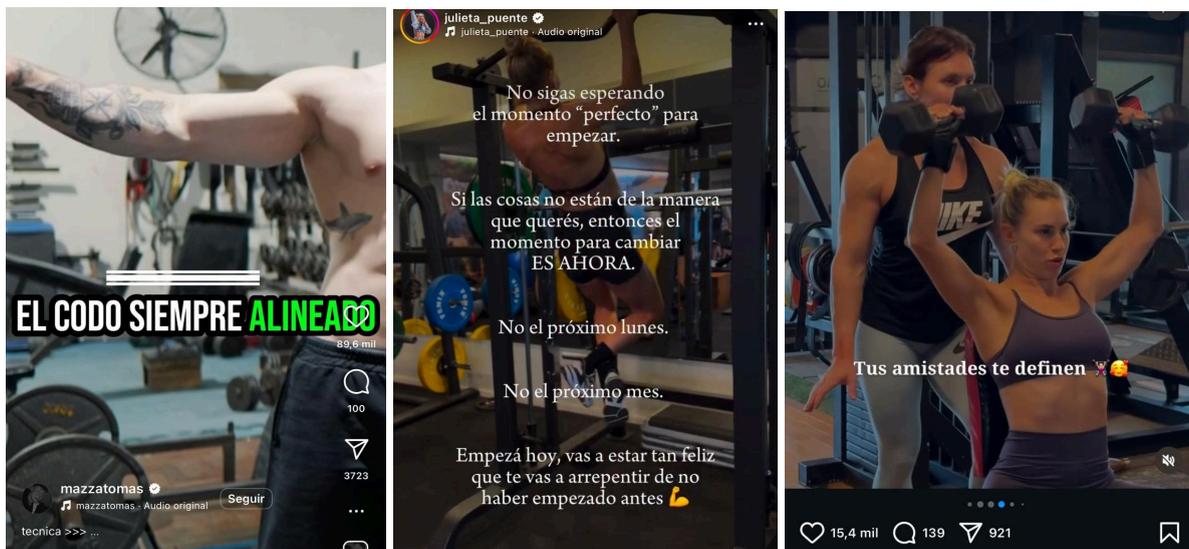
³⁶ La construcción del cuerpo del hombre se muestra claro en todo el discurso de Tomás Mazza, quien identificado implícitamente como heterosexual logra ese cuerpo “correcto”, grande y fuerte por medio de la superación de límites de la mente, como veníamos diciendo.

<https://www.Instagram.com/reel/C-TodC2sHE6/>.

<https://www.Instagram.com/mazzatomas/reel/C-yisWTsO2u/>

<https://www.Instagram.com/mazzatomas/reel/C-n8V6OSWYz/>

saludable, aparecen algunos donde se muestra realizando ejercicios varios en un gimnasio y los comentarios son relativos a lo motivacional y no al ejercicio en sí, menos aún a la técnica del mismo. Podríamos pensar que lo que hace, lo sabe hacer por algún contacto con profesores del propio gimnasio al que asiste sin que haya explicación en su perfil para ello. Entendemos que lo comentado con anterioridad tiene sentido puesto que ninguno de estos dos influencers está formado específicamente en relación al entrenamiento corporal. Aunque Tomas, en uno de sus reels³⁷ hace mención a un curso de guardavidas que hizo, más allá de este dato, es desde la experiencia personal que legitiman su discurso y no desde una formación en torno al cuerpo de manera específica.



Captura de pantalla 23, 24, 25³⁸

Contenidos:

Los contenidos reflejan el día a día, en los que se puede apreciar sus rutinas y formas de vida. Buscan motivar a sus seguidores a imitar sus estilos de vida, puesto que eso les garantiza lograr lo que estos influencers han logrado y entienden que es necesario para el éxito que, por sobre todas las cosas, está en uno mismo en términos de éxito individual que impulse a alcanzar sus objetivos, sueños y metas, sin dejar de normalizar e imponer el deseo común del cuerpo perfecto. Estos ideales de cuerpo a los que hacen referencia, según Hamsen & Vaz,

llevan a una búsqueda incesante por contornos físicos cercanos a un ideal de perfección —que involucra una inversión creciente y diversificada de técnicas y servicios— refleja la lucha frustrada por

³⁷ <https://www.Instagram.com/reel/C4G6xYrrNaP/>

³⁸ El lugar de la técnica en Tomas Mazza <https://www.Instagram.com/reel/DAHmbiiMCzM/> y las frases motivacionales que acompañan imágenes donde se ve entrenando a Julieta Puente.

<https://www.Instagram.com/p/C7zPILlxxhT/>

https://www.Instagram.com/julieta_puente/p/DA_OmV3RarO/?img_index=1.

un mejor desempeño en la demarcación de una individualidad, exigiendo la constitución de un cuerpo como conjunto de técnicas, como instrumento de sí mismo (2004, p. 149).

Esta definición objetiva del cuerpo deja a un lado múltiples factores biológicos y genéticos que dentro de la multiplicidad de corporalidades quedan restringidas al momento de realizar su discurso acerca de estos ideales. Entendemos que “cada retoque en la silueta simboliza un suspiro más, pero inútil, frente a la creciente sustituibilidad que sofoca a aquello que aún insistimos en denominar sujeto” (Hamsen & Vaz, 2004, p. 149). Por lo que deja el nivel de percepción de este como tal en una posición de simple ejecutor de técnicas. Es reiterativo el lugar desde donde dicen qué y cómo hacer, siendo su cuerpo su propio artículo científico, la manera de legitimar su saber. Tomás y Julieta se muestran como individuos dueños de sí mismos, autosuficientes, siendo la referencia su propia experiencia. Aún así, podemos pensar que estos no tienen una postura rígida y sólida, sino que su discurso sobre qué es o cómo debería de ser un cuerpo, se ve influenciado por las redes sociales. Es entonces que frente a los cambios se ven condicionados a cambiar el contenido y la forma de exposición.

Finalmente, a partir de la encuesta que mencionamos con anterioridad podemos relacionar a otros influencers que creemos también podrían estar englobados en esta categoría de influencer gurú. Estos son: Jvhouse Fit³⁹ (tal como se presenta en Instagram), Victor Valdivia⁴⁰, Brooke Eilenberger⁴¹, Diana Conforti⁴², Jorge Tabet⁴³, Joan Pradells⁴⁴ y Sam Sulek⁴⁵. En todos ellos su contenido se basa en exponer el cuerpo como representación de lo estéticamente deseable, ofreciendo planes de entrenamiento desde su propia experiencia. Como se puede leer en el perfil de Jvhouse Fit: “mi cambio físico desde los 13 años hasta los 17 años entrenando en casa... Te Muestro cómo entrenar en casa”, garantizando legitimidad a partir de su aspecto físico. A su vez, su perfil también muestra modos de vida, con recomendaciones acerca de temas varios que integrarían la vida saludable que se aspira y se promete como la solución a todos los problemas que, podríamos decir, son existenciales.

³⁹ <https://www.Instagram.com/jvhousefit/>

⁴⁰ <https://www.Instagram.com/victorvaldivia/>

⁴¹ https://www.Instagram.com/brooke_fit_/

⁴² <https://www.Instagram.com/dianaconforti.fit/>

⁴³ <https://www.Instagram.com/jorgetabet/>

⁴⁴ <https://www.Instagram.com/joanpradells/>

⁴⁵ https://www.Instagram.com/sam_sulek/

Influencer motivadora-técnica

Por otra parte, continuando con el análisis de los perfiles de diferentes influencers, nos encontramos con el de Karen Zarate, influencer mexicana que centra sus contenidos en una especie de vaivén entre el entrenamiento técnico -explicando los ejercicios de manera práctica- (relacionándose con la categoría de Influencer técnico) y el lado motivacional -contando su historia, experiencias de vida y superación-, (relacionándola con la categoría de influencer gurú). Por este motivo es que en este perfil vemos combinadas las dos categorías descritas con anterioridad, teniendo en cuenta aquellas publicaciones que tienen contenido técnico y por otra parte en las que tengan contenido motivacional.



Captura de pantalla 26: Recetas caseras y guía para distribuir los carbohidratos en la alimentación⁴⁶.

Karen Zarate, quien en su biografía de Instagram se presenta como “técnica, fitness y ciencia”, expresa un discurso adherido a su formación y estudios sobre el cuerpo (anatomofisiológico) en relación a la salud, que entendemos puede estar agrupada en la línea de lo técnico, así como Álvaro Guzmán. También aparecen referencias a la superación personal desde el desarrollo de su físico, lo que hace validar su conocimiento y formación por su progreso obtenido en cuanto a su desarrollo físico, sin dejar de lado su parte motivacional en la que aparece un discurso con pretensión científica en modo de *tips*⁴⁷ que coloquialmente

⁴⁶ <https://www.Instagram.com/p/C19yOrZs9cE/>

⁴⁷ *Tips* es el plural de la palabra inglesa *tip*, que significa consejo, dato, recomendación o clave. Se usa para referirse a información práctica y valiosa.

nosotros llamamos “psicología casera”. En sus publicaciones resalta la importancia de una buena técnica para obtener resultados y brinda ideas de alimentación para mejorar cada día más. Así también, propone guías de cómo realizar ejercicios de manera correcta para evitar errores en sus ejecuciones logrando hacer cada uno de ellos alcanzando sus mejores objetivos. En muchas de sus publicaciones comparte *tips* que ella utiliza al entrenar a la vez que explica temas que tienen fundamentación científica como lo son el déficit calórico, los progresos en ejercicios, la utilización de suplementos, el entrenamiento con lesión, estudios sobre la creatina, entre otros. Otra de las características de Karen es que gran parte de su contenido va direccionado a las mujeres, ya que en muchas de sus publicaciones se centra en la manera de entrenar de ellas, como por ejemplo en las fases de ciclo menstrual, o mismo de un gran temor que tienen en las grandes cargas al momento de trabajar el tren superior, ya que se dice que no quieren quedar grandes y marcadas. También centra sus reels en explicar cómo trabajar los músculos que son de mayor interés para la mayoría de las mujeres como los glúteos, cuádriceps, isquios y pantorrilla. En sus publicaciones muestra regularmente sus fotos de varios años atrás para compararlas con las de la actualidad, con el fin de mostrar sus cambios físicos con el pasar del tiempo por su forma de entrenamiento y mostrando que cada una de las personas que se determina a cambiar lo puede hacer.



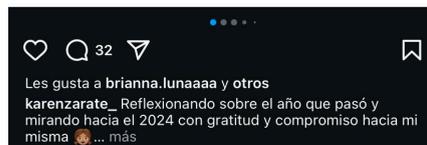
Captura de pantalla 27: Cambios físicos personales de Karen Zárate⁴⁸.

⁴⁸ https://www.Instagram.com/p/C3BAbdAuzOv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRl

Su perfil se centra en mostrar cómo a pesar de las dificultades se logró superar, ya que cuenta que en sus primeros 19 años de su vida era sedentaria y tenía malos hábitos alimenticios, no se sentía bien consigo misma hasta que un día decidió comenzar a ejercitarse y a comer saludable. Con el pasar del tiempo comenzó a postear en sus redes sociales todo aquello que iba aprendiendo en sus estudios y a sus amigos quienes las seguían les gustó el contenido. De allí en adelante se dedicó al *coaching online* y a las redes sociales⁴⁹.



@karenzarate



Captura de Pantalla 28: Carta a su propio cuerpo⁵⁰

Su contenido se centra en la motivación personal ya que realiza posteos dedicados a su propio cuerpo y mente como algo ajeno a sí misma y también contenido con una base de preparación técnica para lograr ese objetivo. En su manera de expresarse se muestra desde una perspectiva ajena a su cuerpo, separada del mismo y lo toma como a alguien a quien le tiene que agradecer y rendir cuentas, lo que hace que en esta posición se muestre un culto al cuerpo, algo que debe mejorar, cuidar y darle lo mejor⁵¹. Algo importante a destacar es que ella no habla de géneros, pero tiene un contenido llevado principalmente a usuarias femeninas por utilizarse como la cara visible de su perfil. Pone un foco importante en su cuerpo ya que se dirige a mejorarlo en base a sus experiencias de vida mostrando que quien se lo propone también puede hacerlo. Presenta una postura en la cual hace que cada persona sea responsable por sus avances y crecimiento, dando una clase de individualismo de los cuerpos

⁴⁹ <https://www.Instagram.com/reel/CxVwDBvuFXI/?igsh=MWM3Znc5aGI3a2ZsYQ==>

⁵⁰

https://www.Instagram.com/p/C1HxFbnuMvf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

⁵¹ https://www.Instagram.com/p/Crwug74Pp6j/?utm_source=ig_web_copy_link

en sus procesos. Se pone desde un lugar en el que no sirve de nada su trabajo, sus publicaciones, sus *tips*, recomendaciones o conocimientos compartidos, si no se ponen en práctica⁵².

Otros influencers que tienen este estilo de contenidos son Michelle Lewin⁵³ o Matías Strength⁵⁴ quienes así como Karen, postean en redes sociales videos tanto motivacionales como reels explicando ejercicios, técnicas y *tips* para mejorar el cuerpo de sus seguidores.

Conclusiones

Finalizando con nuestro análisis intentaremos acercar algunas conclusiones que fuimos construyendo a lo largo de este trabajo sobre el cuerpo, las redes sociales y las maneras en que lo que se transmite dentro de estas construye lógicas y sentidos particulares, incluso por fuera de estas.

Para empezar podemos dar cuenta que los/las influencers analizados se distinguen en cuanto a número de seguidores teniendo una gran diferencia entre los que consideramos técnicos y los que denominamos gurús. Los influencers gurú abarcan un amplio espectro de temas en relación a la vida cotidiana y no solo al entrenamiento de manera específica. Las maneras en que muestran su cotidianidad, desde las maneras de entrenar, lo que comen, lo que consumen, sus opiniones personales y sobre todo la manera en que se relacionan con sus seguidores desde una cercanía desdibujando los límites de la pantalla, los coloca en un lugar de referencia desde su experiencia personal.

Los influencers gurú toman al cuerpo desde una visión dualista ya que entienden que por un lado está el cuerpo y por otro la mente, que serían dos partes que integran algo más, distintas y por tanto con distancias en sus maneras de funcionar. En sus publicaciones prima el discurso de que el cuerpo es superior o puede más que la mente, y esto es un acto esperable e incluso se los muestra como un deber para superarse a sí mismos, entendiendo esto como alcanzar el éxito.

Por otra parte, los perfiles con más reproducciones y con más influencia dentro de los observados nos dio la posibilidad de identificar dos modelos de cuerpos distintos, uno masculino y otro femenino. En esta aparición de sólo dos referencias a nivel estético nos es

⁵² https://www.Instagram.com/p/C72Mt7Zu1Ib/?img_index=6.

⁵³

https://www.Instagram.com/michelle_lewin?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

⁵⁴

https://www.Instagram.com/matias_strengthcoach?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

pertinente plantearnos que no se conocen al mismo nivel influencers que hagan visibles otros cuerpos u otras sexualidades, es por esto que en el análisis se destaca la constante burla utilizada donde se muestra a las minorías como débiles o poco inteligentes. Al mismo tiempo a esta minoría siempre se la representa con una constitución corporal carente de músculo o como no atractiva.

En contraste, destacamos la categoría de influencer técnico como un referente puramente enfocado en lo anatomofisiológico. En el caso del influencer analizado con formación en biomecánica, entendemos que ve al cuerpo como universal, sin asumir diferencias que apuntan a maneras de entrenar para un cuerpo masculino y otras distintas para un cuerpo femenino, en esta indistinción corporal se piensa el desarrollo muscular como un contenido en base a técnicas y no a géneros.

Habiendo tomado a la técnica corporal desde donde observar a los perfiles de los influencers creamos categorías que responden al lugar que estos le asignaban a la técnica corporal. En una primera instancia fue construido el perfil del influencer técnico que se dió a partir de que su principal contenido y foco es la importancia de la técnica y su aplicación, dejando de lado otras temáticas que también fueron parte de nuestra investigación. La técnica ocupa un lugar de centralidad para este influencer, y es, además, una técnica en un cuerpo presentado como universal. Como se mencionó con anterioridad, en este perfil la técnica así como el cuerpo que la hace posible de existir, parecerían no haber sido atravesadas por el contexto sociocultural e histórico.

Por otra parte, en la categoría que denominamos influencer gurú, encontramos influencers que se distancian de poner a la técnica en el centro de su discurso, enfocándose más en el resultado pero sin establecer una guía técnica clara para lograrlo. Se preocupan por definir instrucciones en cuanto a series y repeticiones de ejercicios como pasos a seguir. Asimismo se destacan por establecer una serie de consejos que guíen a sus consumidores a alcanzar el éxito en relación a su cuerpo físico, mediante un ideal reflejado en una rutina diaria.

Los influencers que seleccionamos para analizar se diferencian de manera radical en lo que respecta a la forma en que justifican el tipo de conocimiento sobre entrenamiento que comparten. En primer lugar, Alvaro Guzmán categorizado como influencer técnico, se presenta como experto en biomecánica, legitimando el contenido que publica desde una formación específica; una ciencia que estudia en profundidad el movimiento con el cuerpo desde la mecánica. También está Karen Zárate con su formación en entrenamiento personal presentándose en su perfil como entrenadora certificada. Es decir, además de su verificación por el alcance que tiene su perfil, sobre todo, los avala un certificado en estudios sobre el

cuerpo, aunque luego encontramos que aquel cuerpo que estudian es un cuerpo anatomofisiológico. Por el contrario, los influencers que denominamos gurús, Tomas Mazza y Julieta Puente, no presentan estudios o alguna formación específica en su perfil sobre entrenamiento, cuerpo o similar. Más bien lo que legitima su discurso es su propio cuerpo. Su experiencia personal en cuanto a su relación con la comida, el cuidado del cuerpo y el entrenamiento, son los factores que los posicionan en un lugar de referencia, de sabiduría y, por lo tanto, de poder. El hecho de tener el cuerpo ideal los hace portadores de un saber que está por encima de cualquier estudio académico, al menos para la popularidad que alcanzan. Además, su crédito se debe a la gran amplitud de temáticas que tratan sin gran profundidad pero que los deja por encima del resto de personas y los hace figuras creíbles. A propósito de esto, tener el signo de verificación por su gran número de seguidores, incluso mayor que los otros dos influencers que sí cuentan con formación, suma a lo expuesto con anterioridad.

Para poder seguir categorizando a modo teórico nos parece pertinente proponer la búsqueda de nuevas categorías de influencers relacionados con el entrenamiento, al mismo tiempo que vemos como un pendiente encontrar a una influencer mujer que esté verificada y se pueda categorizar por ejemplo solo como influencer técnica.

Este trabajo pudo abarcar estos puntos. En una posible continuación de esta investigación, se abren temas interesantes para seguir profundizando como ser: el perfil de los cursos on line para entrenadores y su relación con la enseñanza y el marketing al momento de pensar la divulgación de contenidos, o la presencia de otros perfiles de entrenadores influencers que propongan otros modelos de cuerpo no hegemónicos en los que se habilite la diversidad sexo genérica.

Fuentes web

Tomas Mazza [Tomas Mazza \(@mazzatomas\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Julieta Puente [Juli Puente \(@julieta_puente\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Álvaro Guzmán [Álvaro Guzmán \(@alvaroo_trainer\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Karen Zárate [Karen Zárate | Entrenadora Certificada \(@karenzarate_\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Bibliografía

Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1996). La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza (2da ed.). Editorial Distribuciones Fontamara S.A., México, D.F.

Galak E. y Gambarotta, E. (2015) Cuerpo, Educación, Política. Tensiones epistémicas, históricas y prácticas. Buenos Aires: Biblos.

Galak, E. (2020) ¿Una gramática de lo corporal?: lo visible, lo invisible y lo no-visible en el fundamento de las imágenes y cuerpos en movimiento. Saberes y prácticas. Revista de filosofía y educación, 5 (2). En Memoria Académica.

González, J. (2023) Educación del cuerpo y cultura digital. Imágenes y técnicas corporales en una escuela de Montevideo. Tesis de Magíster en Ciencias Humanas, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Hansen, R., & Vaz, A. F. (2004). Treino, culto e embelezamento do corpo: Um estudo em academias de ginástica e musculação. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 26(1), 135-152.

Lancaster, C. (2021). Proceso de verificación en Instagram. Instagram. <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/understanding-verification-on-Instagram#:~:text=En%20esencia%2C%20la%20verificaci%C3%B3n%20es,cuentas%20verificadas%20sean%20m%C3%A1s%20importantes>.

Lemus, M. (2019). Publicar y mirar: la presentación del sí mismo online. Question, 1 (63), 186. En Memoria Académica.

Manacorda, B.; Maidana, L.(2021). La gimnasia de Instagram. 14° Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias, 18 al 23 de octubre y 1 al 4 diciembre de 2021, Ensenada, Argentina. Educación en Pandemia y Pospandemia. En: 14° Congreso de Educación Física y Ciencias. Ensenada: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica.

Ojeda, C.; Scharagrodsky, P.; Zemaitis, S. (2019). Apuntes para una educación escolar de la sexualidad: Una lectura de sus fundamentos modernos desde la pedagogía queer. Descentrada, 3 (1), e067. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9639/pr.9639.pdf

Pedraza, S. (2009) Derivas estéticas del cuerpo. Desacatos, núm. 30, mayo-agosto, pp. 75-88. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. México.

Solé, C. (2022). El cuerpo legítimo en las redes sociales durante el período de pandemia. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. En Memoria Académica. Disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.2493/te.2493.pdf>

Stassun, Cristian Caê Seemann; Pich, Santiago. Governo eletrônico da vida cotidiana por aplicativos de gestão da saúde no Apple Watch. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v.26, n.3, jul.-set. 2019, p.951-968. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-59702019000300013>.

Tinajero, C. (2019) Una mirada hacia los influencers fitness en Instagram desde la perspectiva del usuario. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales Licenciatura en Comunicación. Legajo: 25269.

Van Dijck, J. (2019). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores.

Anexos

Anexo 1:

The image shows a survey form with the following sections:

- Header:** Encuesta para Tesis de grado: "Formación corporal en las redes sociales".
- Introduction:** Nuestra tesis se enmarca dentro del grupo de investigación sobre Educación del cuerpo, técnica y estética. En este formulario nos proponemos recabar información para poder llevar a cabo nuestro proyecto de tesis, esto involucra poder recolectar datos sobre redes sociales y su uso por parte de estudiantes de I.S.E.F. Los datos personales no serán compartidos ni utilizados con otros fines que no sean para nuestra investigación y serán tratados de forma anónima.
- Contact:** joaco.roldan18@gmail.com Cambiar de cuenta
- Gender:** Género *
 - Femenino
 - Masculino
 - No binario
 - Otros
- Level:** Nivel de la carrera *
 - Primer año
 - Segundo año
 - Estudiante avanzado
- Reds:** ¿Qué redes usas? (Instagram, YouTube, X, WhatsApp, Pinterest, entre otros) *
Tu respuesta
- Age:** Edad *
 - 18 a 25
 - 26 a 35
 - 36 en adelante
- Influencers:** ¿Sigues influencers en relación a la formación corporal, el fitness, el entrenamiento o la gimnasia? *
 - Si
 - No

<p>¿A quien/es? *</p> <p>Tu respuesta</p>	
<p>¿Por qué los eliges? *</p> <p>Tu respuesta</p>	
<p>¿Con qué finalidad consumes sus contenidos? *</p> <p><input type="checkbox"/> Entrenamiento personal</p> <p><input type="checkbox"/> Para dar clases</p> <p><input type="checkbox"/> Otras</p>	<p>¿Qué otras fuentes tienes aparte de las redes sociales donde buscas esa información en relación al fitness, el entrenamiento, la gimnasia o alguna formación corporal? *</p> <p><input type="checkbox"/> Leo artículos</p> <p><input type="checkbox"/> Discuto entre colegas</p> <p><input type="checkbox"/> Me formo con profesores del área</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna</p>
<p>¿Qué aportan a tu formación? *</p> <p>Tu respuesta</p>	<p>Algún otro aporte que consideres necesario:</p> <p>Tu respuesta</p>

Link de la encuesta: [Entrevista para Tesis de grado - Formularios de Google](#)