



UADY

FACULTAD DE
PSICOLOGÍA

**APOYO SOCIAL VIRTUAL PARA EL MANTENIMIENTO
DEL EJERCICIO FÍSICO EN LOS USUARIOS DE UN
CENTRO ACUÁTICO**

**TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN PSICOLOGÍA APLICADA EN EL ÁREA DEL
DEPORTE**

**PRESENTA
LMNI. MILDRET YALILE ROSADO RIVERO**

**DIRECTORA
DRA. REBELÍN ECHEVERRÍA ECHEVERRÍA**

**MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO
OCTUBRE 2016**

Agradezco el apoyo brindado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por haberme otorgado la beca No.384304 durante el periodo agosto 2014-julio 2016 para la realización de mis estudios de maestría que concluyen con esta tesis, como producto final de la Maestría en Psicología Aplicada de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Declaro que esta investigación es de mi propia autoría, a excepción de las citas de los autores mencionadas a lo largo de ella. Así también declaro que este trabajo no ha sido presentado previamente para la obtención de ningún título profesional o equivalente.

Resumen

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación impactan la vida de millones de usuarios, siendo los medios sociales los que más han crecido en los últimos años. Por lo que constructos como el apoyo social, originalmente relacionados con las redes sociales presenciales, ahora deben ser investigados en su versión virtual. El presente estudio propuso promocionar el mantenimiento del ejercicio físico (natación) utilizando el apoyo social, debido a que este constructo ha sido relacionado con el mantenimiento de conductas saludables como la práctica de ejercicio físico y deporte.

Por lo tanto, los medios sociales de un centro acuático fueron utilizados como plataforma de intervención, donde se desarrolló la intervención aplicando estrategias del *marketing* de contenidos para apoyar la promoción del mantenimiento del ejercicio físico. Los participantes fueron siete mujeres entre 20 y 51 años, que llevaban menos de seis meses realizando ejercicio físico y tuvieran una cuenta en algún medio social. Durante la investigación de corte cualitativo, se utilizaron entrevistas semiestructuradas para el diagnóstico y evaluación.

Al término de la intervención, los resultados reflejaron una respuesta positiva hacia el apoyo social virtual recibido por parte de la acuática en los medios sociales, a pesar de que las participantes no lograron el mantenimiento del ejercicio físico. Por lo que se sugiere continuar el estudio del apoyo social virtual dentro del contexto físico-deportivo para comprender mejor el potencial de los medios sociales.

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Capítulo I	
1. Introducción	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivos	5
1.3.1 General	5
1.3.2 Específicos	6
1.4 Metodología	6
1.5 Participantes	10
1.6 Técnicas	11
1.7 Escenario	17
1.8 Procedimiento	21
1.9 Consideraciones éticas	22
Capítulo II	
2. Antecedentes	24
2.1 Apoyo social	24
2.1.1 Aproximación al estudio del apoyo social	24
2.1.2 Desarrollo conceptual del Apoyo Social	26
2.1.3 Categorías de apoyo social	27
2.1.4 Apoyo Social Virtual	30
2.1.5 Efectos del apoyo social	31
2.1.6 Efectos del apoyo social virtual	32
2.2 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	33
2.2.1 Medios Sociales	34
2.2.2 El apoyo social en los medios sociales	36
2.2.3 <i>Marketing</i> en los Medios Sociales	36

2.3	Ejercicio físico y deporte	38
2.3.1	Beneficios del ejercicio físico y el deporte	41
2.3.2	Barreras y facilitadores para la práctica de ejercicio físico y deporte	43
2.4	Modelo Transteórico	46
Capítulo III		
3.	Resultados	54
3.1	Diagnóstico	54
3.1.1	Objetivo	54
3.1.2	Resultados	56
3.1.3	Conclusión	68
3.2	Intervención	68
3.2.1	Objetivo	68
3.2.2	Estructura metodológica	69
3.2.3	Resultados	72
3.2.3.1	Primera fase	72
3.2.3.2	Conclusión de la primera fase	75
3.2.3.3	Segunda fase	76
3.2.3.4	Conclusión de la segunda fase	79
3.3	Evaluación	80
3.3.1	Objetivo	80
3.3.2	Resultados	81
3.3.3	Conclusión	88
Capítulo IV		
4.	Discusión	90
4.1	Conclusión	90
4.2	Limitantes	95
4.3	Aportaciones	96
4.4	Sugerencias sobre líneas futuras de investigación o intervención	97

Cornisa: APOYO SOCIAL VIRTUAL PARA EL MANTENIMIENTO DEL EJERCICIO FÍSICO VIII

Referencias	99
Apéndices	120
A. Entrevista semiestructurada de diagnóstico	120
B. Entrevista semiestructurada de evaluación	123
C. Registro de observaciones virtuales	125

Índice de tablas

1. Fases y etapas de la investigación	9
2. Registro de observaciones virtuales	15
3. Contenido de entrevista de diagnóstico	56
4. Resultados relacionados con los criterios de inclusión	58
5. Contenido de entrevista de evaluación	81
6. Resultados relacionados con el mantenimiento del ejercicio físico	82

Índice de figuras

1. Apoyo social virtual emocional: La importancia de saber nadar	73
2. Apoyo social virtual informativo: paletas	74
3. Apoyo social virtual informativo: significado de ANTARES	75
4. Apoyo social virtual emocional: aguas abiertas	76
5. Apoyo social virtual emocional: resultado del ejercicio físico	78
6. Apoyo social virtual emocional: constancia	79

Capítulo I. Introducción

Introducción

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son herramientas creadas para informar y comunicar (Rosell, Sánchez-Carbonell, Jordana y Fargues, 2007). En las últimas décadas su presencia en la vida cotidiana ha aumentado notablemente, considerándose una de las características fundamentales de nuestra época (Cabero-Almenara y Aguaded, 2003). El uso y consumo de la tecnología informática, especialmente el Internet, ha provocado que conceptos concebidos en base a interacciones presenciales ahora tengan una versión virtual como es el caso del apoyo social. Shumaker & Brownell (1984) definen el apoyo social como el intercambio de recursos que se produce entre un individuo percibido como proveedor y otro como receptor, debido al desarrollo de una relación, y a través de la Web se puede también observar la existencia de un intercambio, es decir, un apoyo social virtual.

Paralelamente, en los últimos años organizaciones internacionales y nacionales sobre salud reportan un aumento de enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) relacionadas con el sedentarismo en la sociedad, a pesar de que se han desarrollado diferentes programas sobre la adopción y el mantenimiento del ejercicio físico y el deporte (Valdez Méndez, 2015).

Por lo que la presente investigación propone una intervención sobre apoyo social virtual para promover el mantenimiento del ejercicio físico a través de medios sociales como Facebook, Twitter e Instagram, ya que el apoyo social presencial está relacionado positivamente con la práctica de ejercicio físico (Cavallo et al., 2012), actividad que contribuye a prevenir y/o controlar las ENT. Se espera que los resultados obtenidos

contribuyan para determinar si el apoyo social virtual debe ser considerado en todas aquellas intervenciones enfocadas a elevar la participación de las personas en actividades físico – deportivas a largo plazo.

1.1 Planteamiento del problema

Desde un inicio, el estudio del apoyo social ha sido principalmente investigado en el área de la salud, al cual se le ha relacionado con el bienestar individual, especialmente el psicológico (Uchino, Cacioppo & Kiecolt-Glaser, 1996; Herrero, Meneses, Valiente y Rodríguez, 2004). Similar es la situación del apoyo social virtual, ya que gran parte de las investigaciones e intervenciones han sido desarrolladas en poblaciones con problemas de salud específicos o situaciones de estrés en general (Coulson, 2005; Fogel, Albert, Schnabel, Ditkoff & Neugut, 2002; Kim, 2014; Katz & Aspen, 1997; Lieberman & Goldstein, 2005) .

Otra característica de las investigaciones e intervenciones sobre el apoyo social virtual es que han sido realizadas en comunidades virtuales como foros de discusión, chats grupales o a través del correo electrónico (Cavallo et al., 2012; Joinson, 2007). No obstante, dentro del Internet existen otras comunidades virtuales como los medios sociales o *social media* por su nombre en inglés, que consisten en “un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario” (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61). A pesar de que los medios sociales poseen características útiles para desarrollar intervenciones sobre apoyo social virtual, es un tema poco documentado (Cavallo et al., 2012). Consideremos que medios sociales como Facebook y Twitter fueron creados hace alrededor de diez años.

Por otro lado, el acceso a Internet está relacionado con el uso de la computadora, actividad considerada entre las razones por la que la inactividad física en la población ha aumentado. La Organización Mundial de la Salud (OMS) reporta que alrededor del 60% de la población mundial no realiza el ejercicio físico necesario para obtener beneficios en la salud. En México, poco más de 56% de los mexicanos es físicamente inactivo (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática [INEGI], 2016). El problema de la poca o nula actividad física es que está relacionada con la aparición de enfermedades tanto físicas como psicológicas. Por un lado se encuentran las enfermedades físicas como enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares, diabetes mellitus, tumores malignos, enfermedades que se encuentran entre las principales causas de muerte de los mexicanos (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición [ENSANUT], 2012). Barquera (2013), citado por Valdez Méndez (2015), menciona que el sobrepeso y la obesidad, enfermedad relacionada con el sedentarismo costó a las instituciones de salud en México en 2010, 806 millones de dólares y se estima que para el año 2030 la cifra aumente a 1254 millones de dólares . Por otro lado, la práctica de ejercicio físico está relacionado con la disminución de dolencias psicológicas como la depresión, ansiedad, consecuencias del estrés, entre otras (Márquez, 1995).

Sin embargo, es importante mencionar que diferentes estudios reportan un crecimiento de la industria deportiva (Ablondi, 2014; STATISTA, s/f; STATISTA, s/f). Por lo tanto, podemos inferir que existe un interés por parte de la población en realizar ejercicio físico a pesar de las estadísticas antes mencionadas sobre sedentarismo. Entonces, ¿a qué se debe esta incongruencia? Miquel Salgado-Araujo (1998) mencionaba que el problema ya no radica en convencer a las personas para que realicen ejercicio físico, sino que permanezcan en programas físico-deportivos a largo plazo.

Así, mantener a las personas en rutinas de ejercicio físico a largo plazo en un reto, ¿puede el apoyo social virtual lograr lo mismo que el apoyo social presencial respecto al mantenimiento de estas actividades?, en caso afirmativo ¿qué categoría de apoyo social virtual influiría más para que las personas se mantengan haciendo ejercicio físico?, ¿son los medios sociales una plataforma virtual ideal para transmitir apoyo social virtual que contribuya a mantener el ejercicio físico?

1.2 Justificación

Se ha demostrado que la presencia de apoyo social presencial puede promover conductas adaptativas de salud en las personas, como estimular la búsqueda de atención médica, una dieta saludable y ejercicio (Barra, 2004). Investigar sobre la relevancia que puede tener el apoyo social virtual para promover conductas adaptativas como el mantenimiento del ejercicio físico contribuye a ampliar la literatura sobre este constructo en el área de la actividad física y el deporte.

Además, utilizar los medios sociales como plataforma de intervención virtual significa aprovechar el posicionamiento que tienen dentro de la sociedad. En 2015, su penetración a nivel mundial equivalía a 2.14 billones de usuarios (STATISTA, s/f), mientras que en México, el acceso a estas plataformas representaba una de las tres principales actividades realizadas en Internet (INEGI, 2015); los mexicanos pasaron 6 horas 11 minutos navegando por internet, donde el acceso a los medios sociales estaba por encima de enviar/recibir correos electrónicos (Asociación Mexicana de Internet [AMIPCI], 2015). Por otra parte, utilizar los medios sociales representa aprovechar una de sus características principales que se refiere al bajo costo que implica su uso para las empresas, comparándolos con otros medios de comunicación como la televisión o la radio. De esta

manera, pueden convertir a los programas aplicados a través de ellos en intervenciones eficientes debido a su costo – beneficio.

Por otra parte, debido a que el escenario de intervención para este estudio fueron los medios sociales, se utilizaron conocimientos de otras disciplinas como del *marketing*, ya que al desarrollar una intervención a través de estas plataformas resulta pertinente utilizar las estrategias del *marketing* de contenidos, el cual consiste en crear, publicar, distribuir y promocionar contenido, con el objetivo de atraer, convertir y retener (Content Marketing Institute [CMI], s/f), estrategias que han sido utilizadas por diferentes empresas para promover sus marcas, productos y/o servicios con resultados positivos (Mullan, 2011). De esta manera, se propone la sinergia de diferentes disciplinas como el *marketing* y la psicología del deporte para atender un problema ya de carácter social como lo es el sedentarismo. Relacionar la actividad física y el deporte con el *marketing* plantea aprovecharlo más allá de la tradicional relación comercialización.

Finalmente, trabajar la promoción del mantenimiento del ejercicio físico puede tener un impacto significativo sobre los costos que impactan a la sanidad pública (Vallbona, 1997).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar una intervención sobre apoyo social virtual utilizando las estrategias del *marketing* de contenidos en los medios sociales, para promocionar el mantenimiento del ejercicio físico y contribuir en consolidar un estilo de vida saludable en un grupo de usuarios de un centro acuático.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar la práctica de ejercicio físico de los usuarios del centro acuático, el uso de los medios sociales en referencia al ejercicio físico y el tipo de apoyo social virtual percibido preferido para ayudarlos a consolidar el mantenimiento del ejercicio físico
2. Diseñar una propuesta de intervención sobre apoyo social virtual, aplicando el *marketing* de contenidos en medios sociales para promocionar el mantenimiento del ejercicio físico (natación).
3. Implementar la propuesta de intervención diseñada en los medios sociales del centro acuático.
4. Evaluar la percepción de los usuarios sobre la eficacia del apoyo social virtual a través de los medios sociales para el mantenimiento de la práctica del ejercicio físico (natación).

1.4 Metodología

Para el presente estudio se seleccionó una metodología interpretativa o cualitativa, ya que se pretende comprender la experiencia y los factores que inciden en el fenómeno de estudio de esta investigación; así como el significado que le dan a las experiencias los individuos. En los estudios cualitativos el investigador es el principal instrumento en la obtención y análisis de datos (Merriam, 1998). La metodología cualitativa utilizada en el proyecto fue de corte fenomenológico, ya que este enfoque se basa en las experiencias individuales subjetivas de los participantes (Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio, 2010).

La investigación se dividió en tres fases. Cada fase estuvo compuesta por diferentes etapas que a continuación se describen.

La primera fase estuvo conformada por dos etapas: un primer contacto y otra de diagnóstico. La primera etapa consistió en un acercamiento al centro acuático para plantear el estudio, ya que de permitir realizarlo se necesitaría acceso a su registro de inscripciones para determinar que usuarios podrían ser los participantes del estudio según los criterios de inclusión de antigüedad realizando ejercicio físico (natación) y edad, así como la información necesaria para poder acceder a sus medios sociales más adelante cuando se aplicara la intervención; posterior a este acercamiento, se procedió a invitar a los usuarios seleccionados a participar en el estudio mediante la explicación del proyecto de intervención; de igual manera se confirmó que cumpliera con los criterios de inclusión de antigüedad realizando ejercicio físico (menos de seis meses) y acceso a medios sociales. La segunda etapa de esta fase consistió en realizar el diagnóstico a través de una entrevista inicial y el análisis respectivo de las respuestas de cada participante respecto a sus experiencias sobre mantenimiento del ejercicio físico y su relación con los medios sociales.

La segunda fase fue la intervención del proyecto, que estuvo formada por dos etapas: la primera consistió en diseñar la futura intervención que se aplicó en los medios sociales del centro acuático a través de los cuales se otorgó el apoyo social virtual a los participantes. Para diseñar la intervención se utilizó información relevante obtenida de la etapa de diagnóstico (necesidades y deseos), con el objetivo de determinar el contenido de las futuras publicaciones que proporcionaron el apoyo social virtual. Durante esta etapa se decidió qué estrategias del *marketing* de contenidos serían utilizadas para promover el mantenimiento del ejercicio físico. La segunda etapa de la fase consistió en la aplicación de la intervención, durante la cual se observó virtualmente la respuesta hacia las publicaciones

realizadas, con el objetivo de realizar cambios respecto a las estrategias del *marketing* de contenidos utilizadas para potencializar la efectividad de las publicaciones. Durante la implementación de esta etapa, Facebook, una de las plataformas utilizadas en la intervención agregó a su botón de “Me gusta / Like” la opción de emociones como risa, amor, sorpresa, tristeza y enojo. Sin embargo, como este cambio fue llevado a cabo por el medio social una vez que la intervención había comenzado, en los registros sobre participación virtual, cualquiera de las emociones y los “Me gusta” fueron considerados como una participación virtual igual.

Finalmente, la tercera fase fue la evaluación del estudio, la cual consistió en dos etapas: la primera etapa estuvo formada por la aplicación de entrevistas finales como método de evaluación una vez finalizada la intervención virtual. La segunda etapa consistió en el análisis de los comentarios proporcionados; así como la relación de sus hábitos de ejercicio físico al momento de la entrevista final.

A continuación, en la Tabla 1 se pueden apreciar las fases y etapas del proyecto; así como los objetivos específicos de cada una. También se ofrecen detalles sobre su aplicación en cuestión de los tiempos de aplicación de cada etapa. Más adelante se describen con más detalle los procedimientos de cada fase.

Tabla 1*Fases y etapas de la investigación*

Fase	Etapas	Objetivos	Duración
Primer Contacto y Diagnóstico	Primer Contacto	-Presentación de proyecto de intervención al centro acuático. -Obtención de permisos por parte de la acuática. -Solicitud de participación en el proyecto a los usuarios de la acuática.	Del 30 de noviembre al 6 de diciembre de 2015 (1 semana).
	Entrevista inicial	-Aplicación de entrevistas semiestructuradas como diagnóstico a los participantes. -Análisis de los comentarios realizados por los participantes durante las entrevistas de diagnóstico.	Del 7 de diciembre al 14 de diciembre de 2015 (1 semana). Del 15 de diciembre al 31 de diciembre de 2015 (2 semanas).
Intervención	Diseño	-Diseño de la intervención en base a la información obtenida de la etapa anterior y el <i>marketing</i> de contenidos.	Del 1 de enero al 14 de enero de 2016 (2 semanas).
	Aplicación	-Aplicación de la intervención diseñada. -Observación virtual sobre la respuesta hacia las publicaciones realizadas para promover el mantenimiento del ejercicio físico (natación).	Del 15 de enero al 15 de abril de 2016 (12 semanas).
Evaluación	Entrevistas finales	-Aplicación de entrevistas semiestructuradas como método de evaluación.	Del 16 de abril al 30 de abril de 2016 (2 semanas).
	Análisis de resultados	-Análisis sobre la observación virtual realizada en los medios sociales sobre las publicaciones del apoyo social virtual. -Análisis de los comentarios realizados por los participantes durante las entrevistas de evaluación.	Del 01 de mayo al 31 de mayo de 2016 (4 semanas).

1.5 Participantes

Las características que se consideraron para la inclusión de los participantes en la intervención fueron: su edad, ser miembro del centro acuático Antares, su antigüedad realizando ejercicio físico interrumpidamente y su presencia en medios sociales o social media.

a) Edad entre 18-64 años: La Organización Mundial de la Salud (OMS) divide sus recomendaciones sobre el ejercicio físico para la salud por grupos de edad. Se seleccionó el grupo de edad entre 18 y 64 debido a que es el rango más amplio de edad, por lo que aumentaba la posibilidad de incluir un mayor número de participantes dentro de la muestra. Los adultos entre 18 y 64 años deben realizar mínimo 150 minutos por lo menos dos veces a la semana (OMS, 2010).

b) Practicar la natación en el centro acuático Antares: Dentro del centro acuático se realizan diferentes actividades acuáticas (natación, acu aerobics y matronatación), así como otras actividades físico-deportivas como el triatlón, clases de (aerobics, zumba, etc.), además de que posee un gimnasio dentro de sus instalaciones. Por lo que se decidió que los participantes de la investigación debían practicar necesariamente la natación en la acuática. Sin embargo, podían realizar otro ejercicio físico complementario dentro o fuera de las instalaciones.

c) Llevar realizando ejercicio físico menos de seis meses (sin interrupciones):

El Modelo Transteórico (Marcus & Simkin, 1993; Prochaska & Marcus, 1994) divide la conducta de las personas por etapas cuando se trata de adoptar un hábito como la práctica del ejercicio físico. Una vez que las personas han comenzado a ejercitarse, el objetivo siguiente es que mantengan esta conducta por más de seis meses. Por lo tanto, debido a que el objetivo principal de este proyecto fue que los usuarios del centro acuático

avanzaran de la etapa de acción a la de mantenimiento según este modelo, los participantes debían llevar ejercitándose de forma continua menos de seis meses al momento de la entrevista de diagnóstico.

d) Estar registrado en un medio social o social media: La promoción del mantenimiento del ejercicio físico se realizó a través de los medios sociales del centro acuático por lo que era necesario que los participantes contaran con una cuenta de usuario en por lo menos un medio social para poder estar expuestos a la información publicada (apoyo social) en línea.

1.6 Técnicas

Diagnóstico.

Entrevista inicial.

Como método de indagación se utilizó la entrevista semiestructurada, en la cual el entrevistador tiene una guía de tópicos o preguntas a tratar, los cuales pueden variar o incrementarse según considere con el objetivo de precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio, 2010). La entrevista facilita el acceso a la información desde la perspectiva del actor, permitiendo obtener información contextualizada y holística en palabras de los propios entrevistados (Vieytes, 2004).

Durante esta etapa se investigó sobre la práctica deportiva, así como el uso de los medios sociales y el apoyo social virtual en relación al ejercicio físico de cada participante. El propósito de la entrevista consistió en recolectar información sobre los factores que influían en el mantenimiento del ejercicio físico de las personas, de tal manera que dicha información fuera utilizada para diseñar la intervención en los medios sociales para

fomentar la práctica constante de ejercicio físico.

El contenido de las entrevistas fue analizado en base a etapas recomendadas por Miles & Huberman (1994):

a) *Transcripción*: con el objetivo de tener una visión general y obtener un sentido de los relatos de los participantes se transcribieron las entrevistas palabra por palabra para evitar someter las respuesta a una interpretación por parte del investigador.

b) *Lectura de las entrevistas*: leer a detalle cada entrevista proporcionó al investigador familiarizarse completamente con el contenido de ellas.

c) *Análisis del contenido*: consistió en seleccionar la información que se considerara relevante de acuerdo al objetivo del estudio, escogiendo como unidades de registro frases y/o afirmaciones.

A continuación encontramos los temas que conformaron el guion de la entrevista:

I.- *Datos personales*: Nombre, Edad cronológica, Teléfono/celular, condición médica (ENT).

II.- *Datos deportivos*: Antecedentes sobre práctica deportiva, actual e intenciones futuras.

III.- *Uso de los medios sociales*: Cuentas, frecuencia de uso y tipo de participación en ellas respecto al tema del ejercicio físico y deportivo, así como su opinión acerca de las publicaciones en los medios sociales de la acuática (en caso de tenerla como contacto).

IV.- *Percepción de apoyo social en línea*: Si es percibido y la importancia para el usuario para influir en su práctica deportiva.

Intervención.

Diseño.

El *marketing* de contenidos fue la herramienta utilizada para diseñar la intervención de este proyecto, el cual consiste en crear y difundir contenidos informativos, con el fin de ayudar a la captación de clientes potenciales y/o a la fidelización de ellos hacia una marca, producto o servicio (Content Marketing Institute [CMI], 2015)

De acuerdo con Macdonald (2015), existen cinco puntos para desarrollar un *marketing* de contenidos exitoso: comprender a la audiencia, coherencia entre el contenido y el ciclo de venta, creación del contenido, promoción del contenido y finalmente, medir y analizar el alcance del contenido. A continuación se detalla en que consiste cada uno y cómo se aplicó para este estudio:

1) *Comprender a la audiencia.* El primer paso antes de pensar en el contenido consiste en comprender para quien se está publicando. Entender el contexto en el que se encuentran las personas proporciona la información necesaria para determinar que necesidades y/o deseos deben ser satisfechos. Dentro de las técnicas utilizadas y la más efectiva según el reporte de la encuesta Doyle (2012) se encuentra la entrevista a clientes y/o potenciales. Técnica que fue utilizada para el diagnóstico de este proyecto. La información recolectada durante el diagnóstico resultó fundamental para determinar el *marketing* de contenidos que se aplicaría en los medios sociales para aportar apoyo social virtual por parte del centro acuático.

2) *Coherencia entre el contenido y el ciclo de venta.* Según cuál sea el objetivo de la organización, el contenido deberá estar enfocado en lograr que la audiencia se mueva a través de sus diferentes etapas del *marketing* de contenidos: atracción, persuasión, conversión y fidelización. Es importante que el contenido publicado sea de acuerdo a la

etapa en la que se encuentra la audiencia. Para el presente proyecto, debido a que el objetivo era promover específicamente el mantenimiento del ejercicio físico, se seleccionó a los usuarios que se encontraba en la etapa de acción de acuerdo al Modelo Transteórico (Prochaska & Marcus, 1994), ya que la siguiente etapa dentro de este modelo adaptado al ejercicio físico es el mantenimiento. De esta manera, el contenido debía estar relacionado en satisfacer las necesidades y/o deseos de esta audiencia detectadas durante el diagnóstico para apoyarlos a que alcanzaran la constancia en la práctica de ejercicio físico.

3) *Creación del contenido.* Al momento de definir la información que contendrán las publicaciones, se necesita tener en cuenta el contenido que necesita la marca, producto o servicio y el contenido que desea la audiencia, ya que el objetivo del contenido publicado es que apoye a la audiencia a ayudarse a sí misma. En este proyecto, las publicaciones se clasificaron de acuerdo a dos de las categorías de apoyo social: el informativo y el emocional. El apoyo social virtual sería en relación al mantenimiento del ejercicio físico (natación), que sería lo equivalente a la marca, producto o servicio para una empresa y el contenido que desea la audiencia sería la información que consideran los participantes puede apoyarlos a alcanzar la constancia en las actividades físico-deportivas. Por ejemplo, se proporcionó apoyo emocional e informacional para enfrentar las barreras que implica el mantenimiento del ejercicio físico, contenido que deseaba la audiencia respecto al ejercicio físico (natación), contenido relacionado a los intereses de los participantes, entre otros.

4) *Promoción del contenido.* Es importante asegurar que la audiencia tenga contacto con el contenido, es decir, distribuir el contenido cuando y donde las personas lo necesiten. Dentro de los medios sociales, existen publicaciones orgánicas, las cuales se refieren a aquellas visualizadas por los usuarios en las páginas principales de noticias, directamente en el perfil donde se publicó o porque otro contacto le gustó, compartió o comentó; y las

publicaciones pagadas, las cuales son visualizadas por medio de un anuncio. Para este proyecto, se optó por las de carácter orgánico, ya que estas publicaciones no requieren una inversión financiera.

5) *Medición y análisis.* Analizar el comportamiento de las publicaciones permite conocer si la respuesta es la esperada, en caso contrario, proceder a modificar la estrategia del *marketing* de contenidos. En los medios sociales, el desempeño del contenido publicado puede medirse y analizarse a través de los “Me gusta / Like” , “Compartir / Share” y/o comentarios realizados por los usuarios. En esta intervención, debido a que la promoción del contenido en los medios sociales fue del tipo orgánico, se realizó una observación virtual durante el tiempo total de la intervención sobre el desempeño de las publicaciones realizadas que fue registrada en la Tabla 2. Simulando técnicas de observación, se prestó atención a los niveles de participación a través de “Me gusta / Like” “Compartir / Share” y comentarios de los contactos en general de la acuática en estas plataformas y de los participantes de la intervención. El objetivo de la observación virtual era determinar los horarios en que las publicaciones tenían un mayor alcance y la categoría de apoyo social (informativo o emocional) que tenía mejor aceptación por parte de la audiencia.

Tabla 2

Registro de observaciones virtuales

Fecha:

Turno de publicación: (Matutino o Vespertino)

Categoría de apoyo social virtual: (Emocional o Informativo)

PUBLICACIÓN	MEDIOS SOCIALES	LIKE	SHARE	COMENTARIOS	OBSERVACIONES
	FACEBOOK	*	*	*	*
	INSTAGRAM	*	*	*	*
	TWITTER	*	*	*	*

* Espacio asignado para el registro de la participación virtual de los participantes.

Aplicación.

La aplicación de la intervención fue dividida en dos fases. Durante la primera fase, las publicaciones se realizaron de forma alternada entre el turno matutino y el vespertino; la misma dinámica de publicación fue aplicada respecto a las categorías de apoyo social virtual. Al mismo tiempo, se realizó una observación virtual sobre la respuesta virtual de las participantes y/o usuarios en los medios sociales ante estas publicaciones. Durante la segunda fase de la intervención, de acuerdo a la observación virtual realizada durante la primera fase, se realizaron ajustes al diseño de las publicaciones para ser aplicados durante esta fase. El objetivo de estos ajustes fue potencializar la eficacia de las publicaciones, es decir, aumentar la posibilidad de exposición de las publicaciones antes los participantes del estudio y su satisfacción acerca de la categoría de apoyo social virtual recibido, de tal forma que este influyera en su comportamiento acerca del mantenimiento del ejercicio físico. Los ajustes del diseño de las publicaciones consistieron en mantener o modificar los turnos de publicación y las categorías de apoyo social virtual proporcionado.

Evaluación.

La entrevista semiestructurada fue seleccionada nuevamente con el objetivo de investigar el efecto del apoyo social virtual sobre los participantes en relación a la práctica de ejercicio físico constante. Para evaluar la eficacia de la intervención, se indagó sobre la práctica deportiva de cada participante al momento de la entrevista final; así como su relación con el apoyo social virtual obtenido en los medios sociales por parte del centro acuático.

El guion de la entrevista se conforma por los siguientes temas:

I.- Datos personales: Nombre y condición médica (ENT).

II.- Datos deportivos: Situación pasada (durante la intervención), actual e intenciones futuras.

III.- Percepción de apoyo social en línea: El nivel de influencia en la práctica físico-deportiva usuario, importancia de las publicaciones sobre apoyo social (grado y tipo) y situación actual sobre su participación en línea respecto a su ejercicio físico.

IV.- Conocimiento sobre el ejercicio físico: Percepción del nivel de conocimiento respecto al ejercicio físico (cantidad, calidad del ejercicio físico, beneficios, estrategias para mantenerse ejercitando, entre otros).

1.7 Escenario

El centro acuático se encuentra ubicado en la ciudad de Mérida, Yucatán, México, el cual fue fundado en el 2007. En él se imparten diferentes actividades acuáticas como natación, acu aerobics y matronatación para personas de diferentes edades y niveles. La acuática tiene como misión fomentar el gusto y la importancia de la práctica deportiva entre los miembros de su club. En cuestión de medios sociales o social media, tiene una cuenta registrada en Facebook, Instagram y Twitter, las cuales utiliza principalmente para compartir fotos relacionadas con las actividades del centro acuático.

Para llevar a cabo el presente proyecto de intervención, los medios sociales o social media seleccionados fueron los mismos que la acuática utilizaba previamente, debido a que estos mismos fueron mencionados por los usuarios durante las entrevistas. Solamente se agregó la plataforma social de Blog debido a sus características. A continuación se mencionan las características de los cuatro medios sociales utilizados:

1) *Facebook*. Medio social que permite a sus usuarios disponer de un espacio virtual donde pueden publicar contenidos textuales, visuales, audiovisuales y de audio personales o sobre sus intereses entre los miembros de la red que el usuario haya aceptado previamente como “amigos”. La plataforma tiene una estructura arbórea y multidireccional generadas por las redes sociales de cada uno de sus usuarios, lo que facilita compartir el contenido que publican los miembros.

Los miembros de Facebook, cuentan con una línea de tiempo llamada “Noticias / News Feed” donde aparecen todas las publicaciones de sus contactos, los cuales son ordenados cronológicamente de forma descendente. Los usuarios pueden otorgar a cada publicación un “Me gusta / Like”, “Compartir / Share” y/o pueden realizarles comentarios los cuales son contabilizados.

El acceso a la aplicación social puede ser desde cualquier dispositivo que cuente con una conexión a Internet como puede ser una computadora, tableta o *smartphone*.

2) *Twitter*. Permite a sus usuarios publicar, compartir o intercambiar información a través de mensajes cortos de máximo 140 caracteres, llamados “Tweets”. Los usuarios pueden suscribirse a los Tweets de otros usuarios agregando sus cuentas como contactos, a esta acción se le llama "seguir" y a los suscriptores de las cuentas en Twitter se les llama "seguidores". Este medio social es considerado como asimétrico debido a que el usuario A “sigue” a B, pero B no necesariamente tiene que “seguir” a A.

Los usuarios de Twitter, cuentan con una línea de tiempo donde aparecen todos los “Tweets” que sus contactos publican, los cuales son ordenados cronológicamente de forma descendente. Los usuarios pueden otorgar a cada mensaje corto un “Me gusta / Like”, “Compartir / Share” y/o se les pueden realizar comentarios llamados “respuestas” que son

contabilizados.

Inicialmente, el objetivo de la red era publicar actualizaciones de “status” de sus usuarios, sin embargo, actualmente los mensajes pueden incluir vínculos a otras páginas de internet, fotografías o videos, entre otros, sobre información personal, opiniones sobre política, productos & servicios, entre muchos otros temas. El acceso a la plataforma social puede ser desde una computadora, tableta o *smartphone*.

3) *Instagram*. Aplicación para tomar fotos o videos y compartirlas virtualmente con otros contactos del usuarios dentro de la plataforma. Las fotos o videos de corta duración puede ser editados, retocados y agregarles efectos a través de la aplicación de filtros fotográficos previo a su publicación. Además, al pie de cada foto o video se puede agregar información que describa la imagen, así como *hashtags* (palabras o grupo de palabras sin espacio entre ellas con el signo de # al inicio que redirigen al usuario a una sección dentro de la aplicación donde aparece todas las fotos que contengan la misma descripción) y/o mencionar a otros usuarios para que la imagen sea vinculada a los otros. Lo que permite que los miembros pueden navegar dentro de la aplicación y explorar las fotos de otros usuarios registrados. Las publicaciones también pueden ser compartidas en otras plataformas sociales seleccionadas por el usuario Facebook, Twitter, etc. al momento de su publicación.

Los contactos de los usuarios en Instagram, tienen nombres similares a los mencionados en Facebook y Twitter. La aplicación permite a los usuarios tener “amigos” (cuando ambos se han agregado a sus listas de contacto) o tener “seguidores” (cuando un usuario “sigue” a otro usuario pero no viceversa). Como podemos observar, Instagram al igual que Twitter es una plataforma social asimétrica.

Los usuarios en Instagram, principalmente consumen las fotos y los videos de las cuentas que “siguen” a través de una página principal donde se ordenan cronológicamente en forma ascendente las publicaciones. A las publicaciones se les puede otorgar un “Like” y/o se pueden realizar comentarios que son contabilizados.

Inicialmente, Instagram fue creada para dispositivos portátiles (tabletas o celulares). Actualmente, el acceso a la plataforma puede ser también desde la computadora, sin embargo, este acceso solo permite la posibilidad de dejar comentarios y otorgar "Likes" a las imágenes o videos; subir imágenes aún está limitado a los dispositivos iniciales, además de todas las demás acciones.

4) *Blog*. A diferencia de los medios sociales antes mencionados, el *blog* es un espacio en Internet en el que el usuario publica artículos o noticias que pueden contener texto, contenidos multimedia e hipervínculos para que otros usuarios puedan acceder a él sin la necesidad de estar registrados en la plataforma. Los contenidos se añaden vía web desde el propio navegador y sin la necesidad de algún programa auxiliar (Orihuela, 2004).

Los mensajes publicados cronológicamente de forma descendente son llamados “Entradas / Posts”. El blog consiste en una especie de bitácora (o diario) virtual centrado en el usuario y en los contenidos. La principal ventaja del *blog* es que es una manera muy sencilla y económica de publicar contenido web, ya que el usuario no necesita conocimientos de programación y/o de diseño gráfico.

Los *blogs* a diferencia de las páginas web tradicionales, permiten a los usuarios de Internet opinar sobre las entradas publicadas en los *blogs*, donde el administrador de este tiene la opción de moderar los comentarios y evitar que sean inapropiados u ofensivos.

Existe una gran variedad de sitios que prestan el servicio de *blogs* para usuarios de la web, su acceso a ellos puede ser desde una computadora, tableta o *smartphone*.

1.8 Procedimiento

Una vez determinada la temática a desarrollar y haber realizado la revisión bibliográfica necesaria, se prosiguió a presentar la propuesta de intervención al centro acuático. Durante dicha presentación se hizo hincapié que durante la intervención se necesitaría tener acceso a los medios sociales o social media de la acuática, para poder gestionar la información publicada en línea con base en las estrategias del *marketing* de contenidos.

Aprobada la propuesta de intervención por el centro acuático, se solicitaron los registros de inscripción para poder seleccionar a los usuarios que cumplieran con los criterios de edad y antigüedad realizando natación como actividad principal dentro de la acuática. Después, se realizó un primer acercamiento con dichos usuarios para determinar quiénes contaban con alguna cuenta en los medios sociales o social media. Aquellos que respondieron tener por lo menos alguna cuenta en plataformas sociales, se les solicitó el permiso para contactarlos vía telefónica, para más adelante programar una entrevista que duraría aproximadamente 30 minutos. Durante este acercamiento, se mencionó que el propósito de la información obtenida formaría parte del trabajo terminal del investigador para obtener el grado de Maestro en Psicología aplicada al Deporte.

Dentro de los usuarios del centro acuático, once cumplían con los criterios de inclusión de la investigación, no obstante, solamente se realizaron ocho entrevistas, ya que tres de los once usuarios contactados nunca devolvieron la llamada o no contestaron los mensajes de texto donde se les invitaba a programar la entrevista de diagnóstico. Las entrevistas fueron realizadas en la acuática en las fechas y horarios de mayor conveniencia para los usuarios. Al finalizar cada una de ellas, se informó a los participantes que pasado unos meses se les contactaría nuevamente para realizar una segunda entrevista acerca del

ejercicio físico realizado durante este período para que el investigador pudiera evaluar la intervención aplicada. Además, se solicitó a cada participante agregar a sus cuentas en medios sociales el perfil de la acuática Antares y que aceptaran su solicitud, ya que esta los agregaría de igual manera.

Previo al inicio de la intervención, se verificó que los participantes estuvieran en la lista de contactos de la acuática en los medios sociales y esta estuviera en su lista de contactos. Una de las participantes no había realizado la petición, por lo que cuando se indagó la razón se descubrió que esta había cambiado de acuática. Este cambio provocó que incumpliera con el criterio de inclusión de membresía al centro acuático, por lo que su información de diagnóstico fue descartada del reporte de resultados.

El procedimiento utilizado para llevar a cabo las entrevistas de evaluación fue similar a las de diagnóstico, es decir, quienes participaron fueron contactados vía telefónica o por mensaje de texto para programar las citas. Las entrevistas fueron realizadas en el lugar, fecha y horario de mayor conveniencia para los participantes. Al finalizar cada entrevista, se agradeció su participación para poder llevar a cabo el estudio.

1.9 Consideraciones éticas

Para llevar a cabo la presente investigación, el centro acuático proporcionó información de acceso a sus medios sociales. Los usuarios y contraseñas de cada medio social de la acuática utilizados para la intervención fueron conocidos únicamente por el investigador principal de este proyecto.

Durante las entrevistas semiestructuradas, se solicitó la autorización verbal de los participantes para que las entrevistas fueran grabadas para su posterior transcripción y análisis. Dicha aprobación quedó registrada en cada una de las grabaciones. En las

entrevistas de la etapa de diagnóstico, se incluyó una pregunta respecto al uso de fotografías donde aparecieran los participantes realizando actividades acuáticas, para su difusión en los medios sociales. Durante la parte operativa de esta investigación, cualquier información personal proporcionada por los participantes u otros contactos del centro acuático en los medios sociales fueron manejados como privados.

Debido a la naturaleza de la investigación, los nombres completos o nombres de usuarios en los medios sociales han sido excluidos de los reportes de resultados para evitar la fácil identificación de los participantes con el objetivo de proteger su anonimato y privacidad, de esta forma se minimiza la posibilidad de que sean reconocidos (Kaiser, 2009).

Capítulo II. Antecedentes

2.1 Apoyo social

2.1.1 Aproximación al estudio del apoyo social

Los primeros autores que publicaron estudios sobre apoyo social fueron Cassel, Cobb y Moss, los cuales relacionaron este concepto con la salud de las personas y el bienestar por su efecto moderador. Sin embargo, definieron al apoyo social de diferente manera.

A lo largo de los años, la definición del concepto ha tomado principalmente tres perspectivas desde: la sociología, la comunicación y la psicología. Por lo que se considera al apoyo social como un constructo multidimensional.

Perspectiva Sociológica.

Esta perspectiva es estructural, estudia el grado en que las personas se integran a un grupo social, donde se mide el tamaño (número de personas con las que se tiene contacto), la densidad (intimidad o cercanía de esas relaciones) y la dispersión (la facilidad para contactar con las diferentes personas), ya que ofrece una idea de la cantidad y diversidad de los recursos a los que una persona tiene acceso (Cutrona, 1986). Algunas investigaciones demuestran que las relaciones que se establecen entre las personas permiten minimizar los efectos adversos de situaciones estresantes, además de que las personas que se encuentran en mejores condiciones psicológicas y físicas son aquellas que mantenían un mayor número de interacciones o que se encuentran integrados socialmente a diferencia de aquellas personas en condiciones de aislamiento o poca integración (Gracia, 1997). No obstante, contar con una red social considerable no garantiza el apoyo social, sin embargo, facilidad

la posibilidad de proporcionarlo y recibirlo debido a las oportunidades que se generan por la participación social.

Perspectiva Comunicativa.

La perspectiva desde la comunicación, es la que aborda las conductas verbales y no verbales que los individuos adoptan al momento de brindar apoyo a otra persona (Goldsmith, 2004; Vangelisti, 2009). Es decir, las acciones que las personas realizan cuando dan asistencia (Barrera, 1986), son las interacciones entre los proveedores y receptores (Vangelisti, 2009). El valor que una persona puede darle al apoyo social desde esta perspectiva puede verse influenciado con base en la percepción de la calidad de la relación que mantiene una personas con otras (Sarason, Sarason & Pierce, 1994), características personales, estresor y entorno, la necesidad de reciprocidad, expectativas sociales y culturales (House, 1981; Shinn, Lehman & Wong, 1984; Dunkel-Schetter, Folkman & Lazarus, 1987, Eckenrode & Wethington, 1990. Abordar el estudio del apoyo social desde esta perspectiva en situaciones reales es complicado, por lo que su estudio suele evaluarse con base en la percepción del individuo (Burlison & MacGeorge, 2002). House (1981) citado en Pérez (2010) mencionan que el apoyo social puede provenir de tres diferentes fuentes: la pareja y las relaciones familiares; los amigos; y las relaciones laborales.

Perspectiva Psicológica.

Conocida también como la perspectiva cognitiva, ya que se trata de la percepción que una persona considera tener sobre el apoyo social (Procidano & Heller, 1983) que recibe o podría recibir. En 1988, Hobfoll y Strokes definieron al apoyo social como

“aquellas interacciones o relaciones sociales que ofrecen a los individuos asistencia real o un sentimiento de conexión a una persona o grupo que se percibe como querida o amada” (página 30). Autores como Khan & Antonucci (1980) distinguen tres formas como el apoyo social puede ser proporcionado y como normalmente se produce en las relaciones: en forma de afecto, afirmación y ayuda o asistencia, es decir, apoyo emocional, informativo e instrumental.

Es una perspectiva funcional, centrada en los recursos que caracterizan el apoyo social, la cual se considera predice mejor los efectos en la salud de las personas, debido a las evaluaciones que hacen estos sobre lo que reciben, con base en su percepción y representaciones personales (Cohen & Syme, 1985; Barrón, 1996), razón por la cual, esta perspectiva guio la presente investigación, el apoyo social juega un papel central en el mantenimiento de la salud de los individuos, ya que favorece la aparición de conductas adaptativas (House, 1981).

2.1.2 Desarrollo conceptual del Apoyo Social

Muchos investigadores han desarrollado el concepto de apoyo social, así como su medición desde diferentes panoramas (Barrera, 1986). Sin embargo, existen dos aspectos fundamentales dentro del concepto: la conexión social y la interacción de la ayuda.

La conexión social se refiere a las relaciones que tiene la persona con otros seres significativos de su medio social (como la pareja, la familia, los amigos, la participación en organizaciones, entre otros), no obstante, es preciso señalar que no todas las personas de la red social constituyen una fuente de apoyo. La interacción de la ayuda se refiere al apoyo social recibido y al apoyo social percibido. El primero se refiere a si la persona ha recibido como su nombre lo indica, algún tipo de apoyo, como el préstamo de dinero o ser

escuchado por algún amigo (Dunkel-Schetter & Bennet, 1990; Lakey & Cassady, 1990); mientras que el segundo se refiere a la valoración cognoscitiva que da una persona respecto a la percepción del apoyo social con el que cuenta. De acuerdo con Herrero et al. (2004), este suele predecir mejor el bienestar de una persona.

Una de las definiciones más completas sobre apoyo social es la de Lin, Dean y Ensel (2013), porque tratan de incluir todas las dimensiones dentro del concepto, ya que lo definen como aquellas provisiones instrumentales o expresivas, reales o percibidas, aportadas por la comunidad, por las redes sociales o las personas de confianza en cualquier momento (situaciones cotidianas o alguna crisis).

Otros autores como Hobfoll y Stokes (1988) lo definen como aquellas transacciones o relaciones sociales que ofrecen al individuo asistencia real o un sentimiento de conexión a una persona o grupo que es percibida como querida o amada. El apoyo social es un proceso dinámico y transaccional, que es probable aparezca en cualquier red social (Aron, Nitsche y Rosenbluth, 1995).

2.1.3 Categorías de apoyo social

La mayoría de las clasificaciones que suelen hacerse sobre apoyo social son las mismas que aparecen en la definición de Barrón (1996), que define al apoyo social como un constructo multidimensional donde este puede ser otorgado de tres diferentes formas a una persona, las cuales coinciden con las de Kahn & Antonucci (1980): instrumental (ayuda o asistencia), emocional (afecto) o informativa (afirmativa). Otros autores como Cohen y Wills (1985) y Cutrona & Suhr (1992), mencionan que existen dos categorías más: afectivo (ofrecer cumplidos y consuelo) y de conexión (pertenencia e integración).

A continuación se profundiza en las principales categorías de apoyo social que han sido mencionadas por diversos autores:

a) Instrumental: se representa en la prestación de ayuda o asistencia material (Aron et al., 1995; Hernández, Pozo, Morillejo & Martos, 2005; Fernández, 2005), es decir, en forma de recursos y servicios (Martín, Sánchez y Sierra, 2003) que facilitan la resolución de un problema o situación concreta. Por ejemplo, ayuda económica, ayuda de servicios, ayuda doméstica, etc. como dinero en efectivo, regalos, pago de servicios, otorgar comida o ropa, etc. El apoyo social instrumental ayuda directamente a quien lo necesita (Alonso Fachado, Menéndez Rodríguez y González Castro,, 2013).

b) Emocional: aspectos como la intimidad, el apego, el confort, el cuidado y la preocupación suelen considerarse dentro de este tipo de apoyo social (Aron et al., 1995; Martín et al., 2003; Fernández, 2005; Hernández et al., 2005). Cuando una persona considera que otra le ofrece apoyo se tiende a conceptualizar en este tipo (Pérez Bilbao y Martín Daza, 2006). Este tipo de apoyo hace que la persona se sienta amada o querida (Cobb, 1976 y Cohen & McKay, 1984) y con sentimientos de ser valorado. Existen estudios de pacientes con enfermedades graves como el cáncer, donde este tipo de apoyo social ha destacado como el más relevante para las personas (Trunzo & Pinto, 2003). Saber que los problemas son compartidos con otros, disminuye la percepción de la gravedad. El individuo o grupo de ellos que ofrecen este tipo de apoyo social, expresan empatía o son recíprocos ante las emociones del receptor (Coulson, Buchanan y Aubeeluck, 2007).

c) Informativo: consiste en la transmisión de información implica dar consejo, guía o información relevante ante una situación (Aron et al., 1995; Hernández et al., 2005; Fernández, 2005), es decir, involucra recibir un consejo y orientación (Martín et al., 2003). A diferencia del apoyo social instrumental que este es la solución, al apoyo social

informativo ofrece a la persona la posibilidad de utilizarla frente a una situación problemática y ayudarse a sí mismo (Alonso Fachado et al., 2013). Las personas alrededor pueden proporcionar información sobre una situación en específica, otorgando una perspectiva diferente u ofreciendo estrategias de afrontamiento diferentes.

Otras categorías de apoyo social mencionadas por otros autores son:

d) Afectivo: son las expresiones de afecto y amor ofrecidas por el grupo más cercano al sujeto.

e) Interacción social: se refiere a pasar tiempo con los otros (Cohen & Wills, 1985) y la disponibilidad de las personas para distraerse, divertirse, etc.

f) Valorativo: es la información relevante para la autoevaluación o las comparaciones sociales, excluyendo el aspecto afectivo que pudiera acompañar a esta información (Tardy, 1985).

Qué forma de apoyo social es más efectiva dependerá de la situación en la que se encuentre una persona (Cohen & Wills, 1985), ya que cada tipo de apoyo social puede tener diferentes efectos (House, 1981). Por ejemplo, el apoyo social informativo que un médico puede ofrecer a un paciente con cáncer es más relevante que si este proporcionara un apoyo social emocional (Dunkel-Schetter, Folkman, & Lazarus, 1987).

Otros factores moduladores del apoyo social pueden ser la edad (Heller & Mansbasch, 1984; Vaux, 1985), el sexo de las personas (Taylor, Falke, Shoptaw, Lichtman, 1986) y los estilos de afrontamiento (Kobasa & Puccetti, 1983); por ejemplo, los hombres se benefician más del informativo que del emocional, a diferencia de las mujeres (Jacobs, Ross, Walker & Stockdale, 1983).

2.1.4 Apoyo social virtual

Las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC), entre las cuales se encuentra el Internet, tienen actualmente un impacto importante debido al crecimiento dentro la vida cotidiana de las personas. El mundo virtual representa un nuevo escenario para las redes sociales, lo que puede significar una nueva fuente de apoyo social (Fuente, Herrero y Gracia, 2010). Su uso para formar y/o complementar las relaciones sociales presenciales, en la obtención de información, en el acceso a servicios públicos y culturales, así como en la participación, movilización y organización sociales es cada vez más frecuente (Castells, 1997, 2001). Encontrar gente en el mundo virtual con la cual compartir aficiones e intereses es más fácil (Putnam, 2002).

El acceso las 24 horas del día, el anonimato que pueden obtener las personas cuando se trata de temas sensibles o embarazosos y la percepción de que la lejanía disminuye son algunas ventajas mencionadas frecuentemente por las que se busca el apoyo social en el mundo virtual. (Coulson & Knibb, 2007; Malik & Coulson, 2008). Sin embargo, entre las desventajas que presenta el apoyo social virtual se encuentra la posibilidad de leer experiencias negativas de otras personas, exposición a información errónea, leer demasiados mensajes que no sean relevantes y la ausencia de proximidad física (Coulson, 2013; Malik & Coulson, 2010).

A pesar de que poco se sabe realmente sobre el apoyo social virtual (White & Dorman, 2001), cada día existen más estudios respecto al tema. Muchas de estas investigaciones analizan los mensajes a través de boletines virtuales (Coulson, 2005; Ravert, Hancock & Ingersoll, 2003; Gooden & Winefield, 2007) lo que sugieren que hay

un intercambio de apoyo social, siendo el emocional y el informativo los más predominantes (Coulson, 2005, Ravert, et al., 2003; Gooden & Winefield, 2007).

2.1.5 Efectos del apoyo social

La mayoría de las investigaciones sobre apoyo social presencial han sido realizadas en poblaciones específicas como adultos mayores, personas con enfermedades terminales, entre otros. Dichas investigaciones han encontrado el efecto protector del apoyo social frente al estrés (Cassel, 1976; Cobb, 1976) en otras su efecto en las actitudes y conductas que impactan en la salud como conductas adaptativas cuando se diagnostica una enfermedad, un cambio positivo respecto a los síntomas de la enfermedad, aumento en la calidad de vida, mejor toma de decisiones y aumento en el índice de sobrevivencia (Goldsmith, 2004), así como el inicio y mantenimiento de los cambios conductuales necesarios para prevenir enfermedades o complicaciones (Kiecolt-Glaser, McGuire, Robles y Glaser, 2002).

Por otro lado, otros trabajos han centrado su investigación en el efecto que tiene el apoyo social sobre las actitudes y conductas que impactan la longevidad de las personas, como la dieta, dejar de fumar o realizar ejercicio físico (Barra, 2004).

En general, las investigaciones sobre apoyo social demuestran cómo y porqué las relaciones personales son importantes para el bienestar psicológico de las personas (Burleson & MacGeorge, 2002; Goldsmith, 2004; Sarason et al., 1994). Por lo que se han clasificado a los estudios dentro de tres diferentes líneas de investigación: La primera gira en torno a que el apoyo social tiene un efecto directo sobre la salud tanto física como psicológica de las personas, es decir, a más relaciones y mejores vínculos sociales, mejor será la salud física y mental de las personas comparada con las que tengan menos

relaciones (Broadhead et al., 1983). La segunda enfatiza que el apoyo social reduce directamente el efecto de los eventos estresantes que afectan a las personas, es decir, cómo se ajusta una persona a un evento estresante en particular (Dunkel-Schetter et al., 1987). La tercera refiere al apoyo social como modulador entre los eventos estresantes y la salud de las personas, es decir, amortigua el impacto negativo de estos eventos cuando los hay sobre el bienestar del individuo y se le conoce como la *Hipótesis del efecto amortiguador*, pero sin estresores, el apoyo social no tiene efecto sobre el bienestar (Cobb, 1976; Cohen & Wills, 1985).

2.1.6 Efectos del apoyo social virtual

El desarrollo del estudio acerca del apoyo social virtual ha sido similar al presencial. Grupos minoritarios, personas con enfermedades degenerativas o terminales, etc. han sido los sujetos de estudio. Por otro lado, la mayoría de los estudios e intervenciones en línea sobre apoyo social han sido investigados a través de foros virtuales o en grupos virtuales específicos, de acuerdo a características de salud semejantes o que hayan vivido experiencias similares, donde puedan intercambiar mensajes con información, consejos o cualquier otro tipo de apoyo social.

Un estudio realizado entre madres con autismo, reveló que el internet les servía como importantes fuentes de apoyo social emocional e informativo (Reinke y Solheim, 2015). Estudios realizados con pacientes de enfermedades crónicas y sus cuidadores familiares reveló que estos utilizaban las TIC para obtener apoyo social (Pierce et al., 2004; Lewis, Gunawardena, El Saadawi, 2005; Cárdenas, Melenge, Pinilla, Carrillo, Chaparro, 2010; Barrera Ortiz, Carrillo González, Chaparro Díaz, Afanador y Sánchez Herrera, 2011).

Las redes sociales virtuales pueden suponer un recurso de apoyo social similar al de las redes presenciales. Rheingold (1996) citado por Fuente, Herrero y Gracia (2010). menciona: “las formas en que he presenciado cómo los integrantes de las comunidades virtuales que mejor conozco construyen valores, se ayudan los unos a los otros en los momentos difíciles y resuelven juntos (o no logran resolver) angustiosos problemas interpersonales ofrecen un modelo, sin duda no infalible, de las clases de cambios sociales que las comunidades virtuales pueden realizar en las vidas *reales*” (p. 14).

Participar en foros virtuales, chats y otras aplicaciones de comunicación en línea ofrecen una percepción de que el número de conexiones en las redes sociales presenciales aumenta, así como su calidad de interacción. Diferentes estudios mencionan la existencia de un bienestar psicológico (Coulson, 2005; Fogel, Albert, Schnabel, Ditkoff & Neugut, 2002; Katz y Aspen, 1997; Lieberman & Goldstein, 2005).

El apoyo social virtual está relacionado con resultados saludables positivos como una menor percepción de estrés (Wright, 2000), superación y bajos niveles de depresión (Beaudoin & Tao, 2007).

2.2 Tecnologías de la Información y la Comunicación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todas aquellas herramientas utilizadas para procesar, administrar y difundir información (Barrera Ortiz, et al., 2011) mediante diversos soportes tecnológicos como las computadoras, los teléfonos móviles, los televisores, entre otros. El desarrollo y uso de las TIC ha generado transformaciones en diversas áreas como culturales, económicas, sociales, políticas, académicas, entre otras (Nava, 2007), es decir, nuevas formas de organización e interacción han surgido entre las personas, debido al uso de estas tecnologías (Molina, 2003; Berrios,

2004).

Dentro de las TIC encontramos al Internet, el cual ha evolucionado con el paso del tiempo. Una primera etapa llamada “Web 1.0” se caracterizaba por contenidos creados por un solo usuario, mientras que en la “Web 2.0” múltiples usuarios participan y colaboran en la creación de contenido (Kaplan & Haenlein, 2010). Por lo tanto, el entorno 2.0 potencia los espacios virtuales para la interacción y colaboración social (Cuesta, 2009).

2.2.1 Medios Sociales

Los medios sociales plasman perfectamente las características de la Web 2.0. Algunos autores como Demiris (2006), las definen como unidades sociales cuyos miembros tienen algún tipo de relación como grupo e interactúan usando tecnologías de la comunicación. El grado de interacción que permiten es una de las razones por las que los medios sociales se han vuelto tan populares. Cualquier persona, empresa u organización puede crear un perfil en los medios sociales, generar contenido y compartirlo entre sus contactos de acuerdo a los intereses, pasatiempos o experiencias de estos, provocando que la información y/u opiniones circulen en línea alcanzando a otros usuarios. Los medios sociales funcionan como fuente para reforzar las relaciones sociales, ya existentes de una persona al mantener informadas a otras sobre las actividades del individuo (Hargittai, 2007). Lo que pasa en los medios sociales, ahora forma parte de las conversaciones diarias de las personas (Boyd & Ellison, 2007).

Existe una gran variedad de plataformas sociales, incluso cada día surgen más. Sin embargo, Kaplan y Haenlein (2010) basados en las diferentes teorías sobre los medios y procesos sociales, las clasifican de la siguiente manera:

a) *Proyectos colaborativos*. Se refieren a las plataformas más democráticas como los wikis (sitio web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios) y marcadores sociales (permiten almacenar, clasificar y compartir enlaces en Internet o en una Intranet).

b) *Blogs*. Son las páginas web personales o corporativas que permiten la posibilidad de interacción con los demás a través de comentarios.

c) *Comunidades de contenido compartido*. También conocidas por nombre en inglés *content communities*, las cuales permiten compartir y organizar un tipo específico de material, siendo las fotos la versión más popular (como Flickr) y los videos (como YouTube); aunque existen otras como de texto (como BookCrossing) y de presentaciones en power point (como Slideshare).

d) *Páginas de medios sociales*. Conocidas por su nombre en inglés *social networking websites*, que son las que permiten a los usuarios crear perfiles personales, vincular este con el de otras personas con información personal y enviar mensajes instantáneos. Los perfiles personales pueden incluir cualquier tipo de información (fotos, videos, archivos de audio, etc.). Algunos ejemplos de este tipo de medios sociales son Facebook, LinkedIn, Pinterest, Tuenti, MySpace, HI5, Google+, etc.

e) *Comunidades de juegos virtuales*. Llamadas en inglés *virtual game worlds* son las plataformas que replican un entorno tridimensional, en el cual los usuarios aparecen en forma de avatares personalizados e interactúan entre sí como lo harían en la vida real y se requiere que se actúe a normas estrictas (por ejemplo, War of Warcraft y EverQuest).

f) *Mundos virtuales sociales*. En inglés los llaman virtual social worlds, donde los usuarios aparecen en forma de avatares e interactúan en un entorno virtual en tres dimensiones pero a diferencia de los *virtual game worlds* no hay normas (como Second Life).

2.2.2 El apoyo social en los medios sociales

Los medios sociales o social media pueden ser diseñados y utilizados para mejorar la percepción que tienen las personas sobre la disponibilidad de redes sociales y apoyo social con el que cuentan (DeAndrea, Ellison, LaRose, Steinfield & Fiore, 2012). Sin embargo, gran parte de las investigaciones realizadas sobre este constructo en los medios sociales han sido en la plataforma Facebook, la plataforma social más importante a nivel mundial. Por ejemplo, investigadores resaltaron la oportunidad que tienen los usuarios de Facebook para ofrecer y recibir algún tipo de apoyo social a través de este medio social. Facebook, es asociado positivamente con formas no materiales de apoyo, por ejemplo, a través de información, consejo y compañerismo (Goulet, 2012). Otros estudios con pacientes diabéticos y sus familias mencionaron que solicitaron consejo, recibieron apoyo social emocional y compartieron apoyo social informativo a través de Facebook (Greene, Choudhry, Kilabuk, & Shrank, 2011).

2.2.3 *Marketing* en los medios sociales

La mercadotecnia o por su nombre en inglés *marketing* es el “proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Kotler y Armstrong, 2003, página 5). Al llegar el

Internet, nació un nuevo canal de comunicación con grandes oportunidades debido al acercamiento que se puede lograr a través de él con los usuarios, sus bajos costos comparados con otros medios de comunicación tradicionales entre otras razones.

Por lo tanto, al *marketing* utilizado a través de la Web se le conoce como *marketing 2.0*, donde la base de la comunicación es la interactividad y donde, hoy en día, los medios sociales facilitan esta interacción, a diferencia del *marketing* tradicional observado comúnmente en la TV, la radio, la prensa, etc. donde la comunicación es unidireccional.

En un inicio, la única forma de hacer *marketing* en línea era como la tradicionalmente usada en otros medios de comunicación como la televisión, prensa, radio, etc. A este tipo de *marketing* se le conoce como *Outbound marketing*, donde los usuarios están expuestos continuamente a anuncios publicitarios con la creencia de que así las personas recordarían el producto o servicio, lo elegirán en su siguiente compra. Sin embargo, las estrategias de *outbound marketing* en el mundo virtual pueden llegar a ser indeseadas para las personas, ya que podría representar una molestia durante su navegación en la Web (Castelló, 2013).

Por lo que el *marketing* se ve enfrentado a crear una nueva forma de trabajar con base en las características y necesidades de la sociedad actual. Así surge el *Inbound Marketing*, también llamado *marketing* de atracción, que consiste en todas las técnicas y acciones que realiza una empresa para que generar que el cliente sea el que busque a la empresa y no por el contrario, como lo hacen las acciones tradicionales del *Outbound Marketing*. La finalidad del *Inbound Marketing* es generar interés por una marca y eventualmente la lealtad del consumidor a través de la información publicada en el Internet. Dicha información suele ser distribuida por medio de artículos, videos, infografías, etc., y es así como nace el termino de *Marketing de Contenidos*, que consiste en el arte de crear,

publicar, distribuir y promocionar contenido con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes. Por lo que los medios sociales o social media son el escenario perfecto se desarrolle.

Uno de los grandes beneficios que se obtienen con el *marketing* en los medios sociales es el hecho de que no solamente las personas, sino cualquier empresa puede crear un perfil y generar, de forma rápida y sencilla, una gran cantidad de contenido escrito, en formato de imagen o vídeo para compartir ese conocimiento con los clientes y que entre consumidores se comparta la información (Pablo, Desouza, Schäfer-Jugel, Kurzawa, 2006), proporcionándoles información interesante y de valor añadido, que los ayudaría en su toma de decisiones respecto a un producto o servicio. Los medios sociales tienen la capacidad de generar acciones significativas y medibles en sus usuarios, además de la tradicional construcción de conciencia y conexión sobre un tema (Waggener Edstrom and Georgetown University's Center, 2012).

2.3 Ejercicio Físico y Deporte

En las últimas décadas, las conductas sedentarias son cada vez más universales y motivadas por el entorno (Owen, Leslie, Salmon & Fotheringham, 2000), el aumento de diferentes medios de transporte, avances tecnológicos que facilitan la realización de actividades como las labores domésticas o los que generan algún tipo de ocio pasivo (Varo, Martínez & Martínez-González, 2003; Niñerola, Capdevila y Pintanel, 2006) como ver televisión, jugar video juegos, utilizar la computadora, etc., han contribuido en la poca o nula actividad física de la sociedad. Desde 2003, la Organización Panamericana de la Salud reportó que en América Latina se estima que tres cuartos de la población adulta no realiza la actividad física suficiente. Tan solo en México, la prevalencia de inactividad física es de

47.3% (ENSANUT, 2012). De acuerdo con el análisis realizado por Valdez Méndez (2015) con información del Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF, 2013) e INEGI (2014), se concluyó que las mujeres participan menos que los hombres en actividades de ejercicio físico y deporte, habiendo una diferencia mayor cuando ellas tienen entre 25 y 34 años. Por otra parte, el nivel académico influye en la práctica de ejercicio físico, ya que hay una correlación positiva entre ambas variables.

El problema de un estilo de vida sedentario es que está ligado con la aparición de enfermedades no transmisibles (ENT) como las enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares, la diabetes mellitus, el cáncer, etc., las cuales se encontraban entre las veinte causas principales de mortalidad en el mundo en 2012 (Estadísticas Sanitarias Mundiales de la OMS, 2014). En el Estado de Yucatán representaban las principales causas de mortalidad hospitalaria en 2008 (Secretaría de Salud de Yucatán), donde 8.2% y 8% era para la diabetes mellitus y las enfermedades cerebrovasculares respectivamente, y las enfermedades del corazón representaban el 5.4% .

Además de los problemas físicos que estas enfermedades provocan, ciertas dolencias psicológicas están relacionadas con ellas. Por ejemplo, los pacientes con diabetes mellitus expresan con frecuencia sensación de falta de control sobre la enfermedad, temores e inseguridades respecto a la salud y el cuerpo, pérdida o disminución de motivaciones, inquietud o "nerviosismo", aprehensión, trastornos del sueño y nutricionales, hostilidad, labilidad emocional, dificultades en los procesos de reconstrucción de la imagen corporal, de la autoestima, y en algunos procesos cognoscitivos (memoria, atención, concentración), aislamiento social, así como pérdida del sentido de la vida, entre otros (Ledón, 2009). Otras enfermedades relacionadas con la inactividad física como el sobrepeso y la obesidad han

sido relacionadas con depresión, ansiedad, baja autoestima e insatisfacción corporal (Cebolla, Baños, Botella, Lurbe y Torró, 2011).

El Programa Nacional de Cultura Física y Deportes (2008-2012) señala que todos estos problemas podrían prevenirse mediante una vida sana en la que el ejercicio físico y el deporte formen parte de las actividades cotidianas de niños, jóvenes y adultos. La OMS recomienda en niños y jóvenes dedicar un tiempo superior a 60 minutos diarios, en adultos entre 18 y 64 años mínimo 150 minutos por lo menos dos veces por semana y, en adultos mayores de 65 años en adelante se recomienda 150 minutos semanales.

Para una adecuada elaboración de programas de intervención, es fundamental una apropiada categorización de los conceptos relacionados con la actividad física (Fernández-Cabrera, 2011), ya que en gran parte de la literatura relacionada con el tema los conceptos de actividad física y ejercicio físico son utilizados como iguales, sin embargo, no lo son. La actividad física consiste en movimientos corporales producidos por la contracción de los músculos esqueléticos y que produzca aumentos sustanciales en el gasto de energía del cuerpo (Blair, Kohl, Gordon & Paffenbarger 1992), dentro de estas actividades podemos encontrar realizar labores domésticas, bañarse, subir escaleras, etc. El ejercicio físico, es un tipo de actividad física, realizada específicamente para mejorar la salud o para mantener la condición física que se lleva a cabo de manera estructurada y repetitiva (Blair et al., 1992). Mientras que el deporte, según el Consejo de Europa en la Carta Europea del Deporte (s/f) lo define como “todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles” (p. 8). En resumen, la frecuencia y la intensidad, así como si el objetivo de la práctica será lo que clasificará el tipo de actividad que realiza la

persona. La OMS recomienda en el documento sobre la actividad física para la salud (2010), que todos los países integren en sus programas de salud la práctica de ejercicio físico moderada de acuerdo al rango de edad.

2.3.1 Beneficios del ejercicio físico y el deporte

Diferentes investigaciones abordadas desde el ámbito clínico y/o psicológico documentan los beneficios del ejercicio físico o el deporte (Haskell, 1984; Blasco, Capdevila y Cruz, 1994; Márquez, 1995; Powell y Paffenbarger, 1985), independientemente de la edad y sexo de los sujetos, influyendo de manera importante en la calidad de vida de las personas (Fentem, Barsey & Turnbull, 1988; Bouchard, Shephard, Stephens, Sutton & McPherson, 1990; Biddle, 1993; Blasco, 1994). La mayoría de los estudios se han realizado principalmente utilizando grupos de control entre personas que se ejercitan y las que no, o en poblaciones donde se evalúan los cambios producidos por el ejercicio físico o el deporte durante un periodo determinado.

A nivel físico.

La práctica de ejercicio físico está relacionada con la prevención y/o control de diferentes enfermedades como afecciones cardíacas, diabetes y algunos tipos de cáncer, permite controlar mejor el peso y la salud de huesos y músculos. Por ejemplo, en la diabetes tipo 2, se ha mencionado que en el 91% de los casos pueden evitarse si se practica ejercicio físico de forma regular (Hu et al., 2001), el ejercicio físico se convierte en un eslabón fundamental para que las personas diabéticas puedan alcanzar un control metabólico adecuado (Kirk, Mutrie, McIntyre & Fisher 2003).

La práctica controlada de ejercicio físico, disminuye la presión sistólica y diastólica en las personas sedentarias (Writing group of the PREMIER Collaborative Research Group, 2003), lo que se traduce en una notoria disminución del número de muertes asociadas a enfermedades cardiovasculares (Whelton, Chin, Xin & He, 2002). Además, su práctica se convierte en uno de los principales protectores para luchar contra la cardiopatía isquémica, tanto en hombres como en mujeres (Manson et al., 2002).

Se ha demostrado que las personas que realizan ejercicio físico tienen un 50% menos de probabilidad de morir de manera prematura que aquellos que son sedentarios (Paffenbarger, Hyde, Wing & Hsieh, 1986).

A nivel psicológico.

Por otra parte, existen estudios que relacionan la práctica del ejercicio físico y deporte con efectos terapéuticos en el tratamiento de la depresión y la ansiedad, mejorando entre otros aspectos las funciones cognitivas de las personas (Fox, 1999); es decir, existe una relación inversa entre la práctica de ejercicio físico y deporte, y la presencia de síntomas asociados a estos padecimientos (Strawbridge, Delege, Roberts & Kaplan, 2002). Es por esto que el 85% médicos recomiendan la práctica de actividades físico-deportivas como la natación cuando los pacientes sufren depresión y 65% lo recomienda en los casos de ansiedad (Dishman, 1986). Su práctica produce sensaciones de control y maestría (lo que conduce a sentimientos de bienestar). El ejercicio aeróbico facilita el entrenamiento mediante la retroalimentación, una forma de meditación (la cual puede producir un estado alterado de conciencia), que distrae a la persona de estímulos causantes o productores de ansiedad (Folkins, 1981).

El ejercicio físico y el deporte favorecen la aparición de pensamientos positivos, lo que se traduce en una sensación de bienestar psicológico (Plante & Rodin, 1990), ayuda a la reducción del estrés, la mejora del autoconcepto (Goñi e Infante, 2010), también se le relaciona con estabilidad emocional, satisfacción sexual, alivio de la tensión, favorece la concentración, aumenta del autoestima y la autoconfianza (Buckworth & Dishman, 2002), entre otros.

Es importante recalcar que los beneficios previamente mencionados son resultado de una práctica constante de ejercicio físico y deporte. Sin embargo, a pesar de los beneficios documentados, para la mayoría de las personas es difícil lograr una continuidad en actividades físico-deportivas (King & Frederiksen, 1984).

2.3.2 Barreras y facilitadores de la práctica de ejercicio físico y deporte.

Existen una gran cantidad de estudios con diferentes poblaciones sobre los motivos por los cuales las personas realizan ejercicio físico, así como las razones para abandonar su práctica. Los argumentos raramente se concentran en uno solo, además de que estos difieren de población a población (Burton, Turrell, Oldenburg y Sallis, 2005; García Ferrando, 2006; Juan, Montes & Suárez, 2007; Lozada-Tequeanes, Campero-Cuenca, Hernández, Rubalcava-Peñafoel & Neufeld, 2015). Los argumentos pueden dividirse en individuales, socioculturales y ambientales.

Analizar los argumentos que dificultan o facilitan la práctica del ejercicio físico o deporte resulta necesario si se desean desarrollar intervenciones que busquen elevar la participación en actividades físico-deportivas (Niñerola et al., 2007).

Barreras.

Un estudio realizado en estudiantes universitarios sugiere que las barreras suelen estar relacionadas con aspectos individuales relacionados al contexto en el que se encuentra en ese momento la persona, mientras que las motivaciones son argumentos más estables a lo largo del tiempo, ya que se vinculan con el estilo de vida (Niñerola et al., 2007).

No obstante, la “falta de tiempo” ha sido una de las principales razones mencionadas para no poder iniciar y/o mantener una práctica constante y sistemática de ejercicio físico (Blázquez Manzano y Feu Molina, 2012; Fernández García, 2011; Rodríguez-Romo, Boned-Pascual & Garrido-Muñoz, 2009). Conforme las personas crecen, los estilos de vida activos tienden a disminuir en la población (Cenarruzabeitia, Martínez y Martínez González, 2003; Villegas et al., 2010; Valdez, 2015), debido al aumento de responsabilidades y compromisos.

Otros argumentos mencionados para no realizar ejercicio físico son la falta de motivación como el no tener objetivos claros (Weinberg y Gould, 2010), mientras que algunas barreras son mencionadas por poblaciones específicas como la falta de infraestructura a nivel comunitario por latinos en Estados Unidos (Amesty, 2003) o mala percepción de condición física o imagen corporal por personas con sobrepeso (Ball et al., 2000).

Sin embargo, es poco común encontrar a una persona que nunca haya realizado ejercicio físico en su vida. Hoy en día existe suficiente información difundida en la población acerca de la importancia de llevar un estilo de vida activo; además de la exposición a la que se encuentra sometida sobre productos deportivos que junto al aumento y variedad de instalaciones para la práctica física y deportiva resulta más fácil que las personas se inicien un programa físico-deportivo. No obstante, ya Dishman (1988)

mencionaba que aproximadamente 50% de los individuos que inician un programa de ejercicio físico y deporte, lo abandonan en los primeros seis meses. El aburrimiento, la falta de apoyo social (en particular de los familiares y desaprobación de la pareja) (Clark, 1999; O'Dea, 2003), experiencias negativas en el pasado (Allender, Cowburn & Foster, 2006) o no encontrar en los programas físicos y deportivos sean lo suficientemente agradables, significativos y convenientes para retenerlos practicando ejercicio físico y deporte, provoca que las personas regresen a estilos de vida sedentarios. La mayoría la continuaría si consideran al ejercicio físico y al deporte divertido, oportunidad de experimentar momentos de felicidad y de satisfacción (Kimiecik, 2002).

Facilitadores.

Existen diferentes motivaciones para realizar ejercicio físico. Por ejemplo, en los trabajos de Juan, Montes y Suárez (2007), Monteiro et al. (2003) y Anderson (2003) se encontraron, a pesar de que los estudios fueron realizados en diferentes culturas, la apariencia física es componente relevante, a las mujeres les interesa la pérdida de peso y a los hombres el desarrollo de masa corporal.

En el caso de la población mexicana, la salud es la principal motivación para ejercitarse (Valdez Méndez, 2015), la práctica de actividades físico-deportivas está relacionada con reducir los riesgos de sufrir una enfermedad cardiovascular; así como contrarrestar los niveles de estrés provocados por sus estilos de vida. La segunda razón mencionada fue la diversión (Valdez Méndez, 2015), ya que el ejercicio físico es considerado como una forma de esparcimiento. Además, las personas encuentran en este tipo de actividades una oportunidad para socializar, la posibilidad de estar con otras personas, salir del aislamiento. De acuerdo con Carron, Hausenblas y Estabrooks (2003), el

90% de las personas en un programa de ejercicio físico y deporte prefiere ejercitarse con un compañero o grupo, ya que realizarlo de manera conjunta proporciona un sentido de compromiso para continuar y obtener apoyo social de otros.

Debido a esto, diferentes modelos de salud han sido desarrollados para comprender porque algunas personas realizan ejercicio físico y/o logran mantener su práctica. Uno de ellos es el modelo transteórico.

2.4 Modelo Transteórico

El Modelo Transteórico fue el resultado de un análisis comparativo de teorías que lideraban la psicoterapia y el cambio conductual en la década de los 70 (Prochaska, DiClemente & Norcross, 1992). Originalmente, el modelo fue desarrollado por Prochaska & DiClemente (1982) para comprender el proceso volitivo como las actuaciones de una persona cuando pretende cambiar conductas poco saludables, siendo las primeras investigaciones sobre tabaquismo, alcoholismo, obesidad y abuso de drogas (DiClemente & Prochaska, 1985; Prochaska & DiClemente, 1983, 1986). Más adelante, el modelo fue adaptado al ejercicio físico por Prochaska & Marcus (1994).

Etapas de cambio, balance decisional, procesos de cambio, autoeficacia y tentación fueron los constructos que se identificaron aparecen cuando un individuo busca realizar un cambio de conducta (Carron, Hausenblas & Estabrooks, 2003), las cuales se explican a continuación:

Etapas de cambio.

Una de las principales contribuciones del Modelo Transteórico es que sustenta que los individuos progresan a través de una serie de etapas cuando intentan adquirir o extinguir una conducta (Cardinal, 1995). La modificación de la conducta es un hecho dinámico (Marcus, Selby, Niaura & Rossi, 1992), es decir, el individuo se puede mover dentro y fuera de las diferentes etapas a través del tiempo.

Es importante comprender que el concepto de “*etapa*” en este modelo otorga una dimensión temporal al proceso de cambio de conducta, es decir, los cambios son fenómenos que ocurren en el individuo en el tiempo. Existen cinco etapas donde cada una posee ciertas características psicosociales y variables conductuales (Hagger & Chatzisarantis, 2005), las cuales se describen a continuación:

1) *Precontemplación*: por lo general, las personas en esta etapa niegan tener algún problema, esta etapa se caracteriza por la total ausencia de la conducta y de la intención de cambiar dicha conducta en un futuro cercano, usualmente medido dentro de los próximos seis meses.

2) *Contemplación*: los individuos en esta etapa ya aceptan tener un problema, sin embargo, no exhiben algún cambio en su conducta pero están considerando hacerlo dentro de los próximos seis meses. Las personas en contemplación suelen estar interesadas en tener más información, lo que genera que evalúen el costo-beneficio del cambio de conducta.

3) *Preparación*: se caracteriza por la progresión hacia el criterio apropiado de la conducta, es decir, realizar un cambio de conducta en un futuro cercano usualmente medido dentro del próximo mes o la persona ya se encuentra realizando ejercicio físico, más sin embargo, no en los niveles adecuados.

4) *Acción*: etapa definida por la participación o práctica regular donde las personas han hecho modificaciones evidentes en sus estilos de vida dentro de los últimos seis meses. Debido a que la persona ha adoptado un nuevo hábito, es necesario cuidarlo porque las recaídas son muy comunes (Carron et al., 2003).

5) *Mantenimiento*: consiste en un cambio de conducta observable durante al menos seis meses consecutivos, que se caracteriza por la participación regular del individuo y con los niveles adecuados de ejercicio físico.

Algunos autores (Carron, Hausenblas & Estabrooks, 2003; Weinberg y Gould, 2010) mencionan una sexta etapa posterior a la etapa de mantenimiento llamada de terminación, en la cual se considera que el individuo ha salido del ciclo de cambio y que las recaídas simplemente no sucederán cuando han pasado más de cinco años en la etapa de mantenimiento. Sin embargo, Guisantes (2015) menciona que no es una etapa realista para la mayoría de las personas cuando se refiere a conductas como la práctica del ejercicio físico, el uso consiente del preservativo y el control de peso.

Balance decisional.

Concepto propuesto por Janis y Mann (1977) en el cual una persona otorga un valor a un cambio de conducta, es decir, las posibles ventajas y desventajas para iniciar o mantener un cambio de conducta. Las ventajas representan las “creencias, percepciones o consecuencias positivas sobre los beneficios de desarrollar una conducta” (Briones, Hernández, Vargas y Mata, 2009) (p. 9). Mientras que las desventajas se refieren a “creencias o percepciones de los costos o consecuencias negativas del desarrollo de una conducta” (Briones, Hernández, Vargas y Mata, 2009) (p. 9). Comprender el balance

decisional que otorga una persona a una actividad como el ejercicio físico, obtiene una gran importancia cuando se trata de predecir su comportamiento (Prochaska & Valicer, 1997).

Dentro del Modelo Transteórico, existe una relación entre las etapas de cambio y el balance decisional, es decir, la cantidad de pros y contras dependerá de la etapa en la que se encuentre la persona; por ejemplo, las personas que se encuentran en las primeras etapas del Modelo se caracterizan por mencionar un mayor número de desventajas que ventajas, al contrario de las personas en las últimas etapas. Mientras más razones positivas que negativas existan, mayor será la probabilidad de iniciar o mantener una conducta (Briones, Hernández, Vargas y Mata, 2009). Dishman, Vandenberg, Motl & Nigg (2010), afirman que existe una fuerte relación entre las ventajas y el nivel de ejercicio físico que realizan las personas, más sin embargo, no respecto a las desventajas. Por lo tanto, los estudios sugieren que las intervenciones deben concentrarse en aumentar las ventajas respecto a la práctica de ejercicio físico (Guisantes, 2015).

Procesos de cambio.

Los procesos de cambio representan los pensamientos y acciones que experimenta una persona cuando busca modificar una conducta específica (Rodríguez Garza, 2002). Una persona los utiliza como facilitadores y/o aceleradores para lograr avanzar de una etapa a otra dentro del Modelo Transteórico, es decir, los procesos de cambio son experiencias específicas y estrategias conductuales por las cuales se pretende tener cierta motivación y/o un cambio de conducta (Riebe et al., 2005). Diez procesos han sido identificados, los cuales pueden ser agrupados en procesos cognitivos (aumento de conciencia, alivio dramático, reevaluación del ambiente, autoevaluación y liberación social) y en procesos conductuales (contracondicionamiento, relaciones de ayuda, administración de los refuerzos,

autoliberación y control de estímulo), los cuales se definen a continuación (Reed, 1999; Guisantes, 2015):

1) *Aumento de la conciencia*. Consiste en recolectar información para determinar los pros y los contras de cierta conducta. Algunas estrategias utilizadas en este proceso son las pláticas educativas, la retroalimentación personalizada, las campañas en medios masivos de comunicación, etc.

2) *Alivio dramático*. Experimentar y expresar emociones sobre las consecuencias de la nueva conducta. Este proceso puede ser trabajado a través de juegos de rol, testimonios personales, entre otros.

3) *Reevaluación del ambiente*. Evaluación de la conducta a cambiar y como esta afecta el comportamiento interpersonal y a las personas cercanas a él. Incluye la conciencia de que una persona puede convertirse en un modelo a seguir positivo o negativo. La empatía, documentación e intervenciones familiares son algunas de las estrategias utilizadas en este proceso.

4) *Autoevaluación*. Valoración afectiva y cognitiva del impacto de la conducta a cambiar en los valores y el autoconcepto de la persona. También es llamado como la auto-reevaluación, la cual se puede trabajar por medio de la imaginación, modelos saludables y clarificar el valor de la nueva conducta.

5) *Liberación social*. Consiste en aprovechar los hábitos, normas sociales y costumbres que fomentan el cambio de conducta. Algunas estrategias son la promoción, políticas adecuadas y procedimientos autorizados.

6) *Contracondicionamiento*. La sustitución de la conducta negativa por una positiva, por ejemplo, por medio de la estimulación de ciertas actividades saludables en los momentos cuando puede ser más beneficiosas.

7) *Relaciones de ayuda*. Se refiere al apoyo social que puede recibir o percibir una persona para que lo ayude a alcanzar la conducta deseada. Fomentar el apoyo entre compañeros, las llamadas de un asesor y el establecimiento de relaciones saludables, contribuye al fortalecimiento de la conducta a iniciar o mantener.

8) *Administración de los refuerzos*. Recompensas que una persona puede otorgarse o recibir de otras. Los grupos de reconocimiento, los contratos sobre contingencias, algún tipo de refuerzo o las autodeclaraciones positivas son algunas de las estrategias utilizadas para este proceso.

9) *Autoliberación*. Es el compromiso que realiza una persona para lograr el cambio de conducta o permanecer en él. La persona puede elaborar un plan de acción sobre cómo alcanzar la conducta deseada.

10) *Control de estímulo*. Utilizar señales que fomenten el cambio de conducta o bien, evitar situaciones que la contradigan. Por ejemplo, a través de recordatorios, evitación, grupos de autoayuda, etc.

De acuerdo a algunas investigaciones, los procesos de cambio cognitivos son más relevantes en las primeras etapas del Modelo Transteórico, mientras el avance de un individuo hacia las etapas finales, los procesos conductuales adquieren mayor importancia (Prochaska, Diclemente & Norcross, 1992; Adams & White, 2004; Nigg, Geller, Motl, Wertin & Dishman, 2011). Mientras que Marshall & Biddle (2001) sugieren que las etapas de acción y mantenimiento son las que menos procesos de cambio utilizan en general, debido a que las personas los utilizan para avanzar dentro de las etapas, más no cuando ya se encuentran físicamente activos.

Autoeficacia.

Bandura (1997) se refirió a ella como la creencia que tiene una persona sobre su capacidad para conseguir exitosamente algo en condiciones adversas, sin recaer en comportamientos no deseados. La autoeficacia influye en el rumbo que tomarán las acciones del individuo y esta debe cambiar conforme el individuo se mueve dentro de las etapas del Modelo Transteórico (Carron et al., 2003).

Algunas intervenciones orientadas a elevar la autoeficacia de las personas en contextos físico-deportivos han reflejado cambios positivos en sus conductas (Lewis, Marcus, Pate & Dunn, 2002). Por lo tanto, diferentes autores reportan que existe una relación positiva entre las etapas de cambio y la autoeficacia (Dunn et al., 1997; Wei-Chen, Gillet, & Pattillo, 2005; Nigg et al., 2011).

Tentación.

Representa la intensidad o urgencia experimentada por el individuo para realizar o practicar un comportamiento específico (hábito), específicamente en situaciones difíciles o estímulos condicionantes. En el campo del ejercicio físico y el deporte, la tentación se traduce como las barreras para la práctica de estas actividades que provocan el sedentarismo en las primeras etapas del Modelo Transteórico, mientras que en las etapas finales del Modelo son los argumentos personales, sociales o ambientales que justifican el abandono del ejercicio físico o el deporte.

La tentación y la autoeficacia funcionan inversamente en las etapas de acción y mantenimiento, es decir, mientras que en la etapa de acción la tentación tiene un mayor peso y la autoeficacia lo contrario, en la etapa de mantenimiento la autoeficacia se invierte

disminuyendo el número de factores que dirigen al abandono. Entre estos dos constructos siendo la tentación la mejor predictora sobre las recaídas (Carron et al., 2003).

Finalmente, para estimular la práctica de ejercicio físico a través de este modelo (Marcus et al., 1992) es importante identificar la etapa de cambio en la que se encuentra el individuo, ya que el objetivo es ayudarlo a moverse a la siguiente etapa (Gorely & Gordon, 1995; Marcus & Simkin, 1993). Por ejemplo, utilizar estrategias cognitivas es más recomendado en las primeras etapas de pre acción (Plotnikoff, Hotz, Birkett & Courneya, 2001) como el establecimiento de objetivos, automonitoreo, resolución a problemas de barrera, etc. (Anshel, 2006), mientras que las estrategias conductuales son más recomendadas a partir de la etapa de acción (Plotnikoff et al., 2001), por ejemplo, búsqueda de apoyo social (Dunn et al., 1997) premiación por alcanzar las metas respecto al ejercicio físico (Anshel, 2006).

Capítulo III. Resultados

A través de este capítulo, el lector podrá encontrar los resultados cualitativos relacionados con la intervención realizada en medios sociales acerca del apoyo social virtual proporcionado para el mantenimiento del ejercicio físico en un grupo de nadadores (usuarios de un centro acuático privado).

Los hallazgos encontrados han sido organizados en tres apartados: diagnóstico, intervención y evaluación. La información de los apartados de diagnóstico y evaluación es presentada a través de las opiniones proporcionadas por los participantes durante las entrevistas realizadas en ambas etapas. Mientras que la sección de resultados de intervención consiste en una descripción de las observaciones realizadas virtualmente durante esta etapa.

3.1 Diagnóstico

3.1.1 Objetivo

El objetivo de esta fase fue obtener información acerca de las características de la población con la que se trabajaría, así como su percepción de necesidades y/o deseo. Esta información permitió al investigador establecer las estrategias del *marketing* de contenidos que se utilizarían para diseñar el apoyo social virtual que fomentaría el mantenimiento del ejercicio físico, es decir, el contenido y formato de presentación de las publicaciones en los medios sociales. Para esto, la estrategia de contenidos consistió en otorgar información adecuada a los participantes, en el momento adecuado, según sus necesidades y deseos.

Por lo tanto, fue necesario explorar acerca de la práctica de ejercicio físico de los participantes, es decir, conocer sus motivaciones para ejercitarse, así como las causas de su abandono en el pasado y posibles causas futuras. Esta información ofreció al investigador un marco contextual acerca de las barreras y los facilitadores a las que se enfrentó el mantenimiento del ejercicio físico en el grupo de estudio; más adelante, los argumentos serían reforzados o rectificados según fuera el caso durante la intervención con el objetivo de fomentar la práctica constante del ejercicio físico.

De igual manera, se investigó sobre el uso que los participantes dan a los medios sociales respecto al ejercicio físico. Dicha información permitió conocer el apoyo social que perciben y/o reciben los participantes en estas plataformas respecto a su práctica físico-deportiva. La información permitiría establecer las estrategias que serían utilizadas para proporcionar el apoyo social virtual.

En la Tabla 3 se desglosa el contenido de los temas investigados durante la entrevista semiestructurada mencionados previamente. Además, se incluye un tema adicional acerca de los intereses y pasatiempos de los participantes con el objetivo de que la información proporcionada pudiera ser vinculada con el ejercicio físico y así, elevar el interés de los participantes por este.

Tabla 3
Contenido de entrevista de diagnostico

Etapa	Tema	Subtemas
Diagnóstico	Práctica físico-deportiva	-Motivos para el inicio, mantenimiento y abandono de actividades físico-deportivas. -Características de las actividades físico-deportivas pasadas y presentes del participante.
	Apoyo social virtual	-Uso de los medios sociales en relación al ejercicio físico. -Apoyo social virtual recibido & percibido en relación al ejercicio físico. Apoyo social virtual por parte del centro acuático Antares.
	Otros	Hobbies e Intereses

3.1.2 Resultados

El modelo seleccionado para guiar la intervención de este proyecto fue el transteórico, el cual fue desarrollado para comprender los cambios de conducta (Hayden, 2013) cuando se trata de extinguir o adoptar una conducta específica. Con el objetivo de ayudar a las personas a moverse hacia la etapa final, la de mantenimiento, los usuarios seleccionados del centro acuático para formar parte de la intervención debían encontrarse en la etapa de acción, la cual se caracteriza porque las personas han realizado modificaciones explícitas a su estilo de vida por menos de 6 meses. Los participantes debían llevar ejercitándose (sin interrupciones) menos de 6 meses, ya que el apoyo social virtual que fue transmitido a través de los medios sociales de la acuática tuvo como objetivo promocionar el mantenimiento del ejercicio físico.

Debido a esta característica sobre antigüedad realizando ejercicio físico, el grupo de estudio estuvo conformado por mujeres que llevaban acudiendo a la acuática entre 2 y 4 meses. Es importante señalar que no se estableció como criterio de inclusión el género de los participantes, sin embargo, solamente fueron mujeres aquellos usuarios que se encontraban en la etapa de acción al momento de la etapa de diagnóstico. El rango de edad de estas mujeres se encontraba entre los 20 años y los 51 años, las cuales practicaban la natación como principal actividad dentro de las instalaciones del centro acuático.

Las participantes comentaron en sus entrevistas que no era la primera vez que realizaban una actividad físico-deportiva de forma regular (la mayoría lo habría practicado de manera amateur mientras que unas pocas habían formado parte de equipos de alto rendimiento en otros deportes). Sin embargo, habían abandonado por diferentes motivos, entre los que se encontraban lesiones o enfermedades, embarazos, la falta de tiempo debido a la crianza de los hijos o las obligaciones escolares o laborales.

Respecto al uso de los medios sociales, las participantes reportaron contar con una cuenta de usuario en uno o varios medios sociales de los cuales, Facebook fue el más popular seguido de Instagram y Twitter. Las mujeres mencionaron que accedían a los medios sociales de forma regular ya fuera varias veces por semana o incluso, varias veces al día. Contar con una cuenta en medios sociales fue uno de los criterios de inclusión más importantes debido a que el apoyo social virtual se proporcionó en estas plataformas.

En la Tabla 4 se presenta de manera específica cómo cada participante cumplió con los criterios de inclusión que consistían: en la edad, antigüedad ejercitándose de forma continua y acceso a medios sociales, así como información relacionada con estas categorías como ocupación.

Tabla 4*Resultados relacionados con los criterios de inclusión*

Nombre	Edad	Ocupación	Antigüedad ejercitándose de forma continua	Realizó ejercicio físico en el pasado	Razones de abandono	Sufre de enfermedad crónica no transmisible	Medio Social	Frecuencia de acceso
Regina	20	Estudiante	2 meses	-Patinaje (alto rendimiento) -Ciclismo -Yoga -Cross Fit	-Falta de tiempo -Lesión	No	-Facebook -Instagram -Twitter -Vine	Todos los días, varias veces al día
Maricarmen	25	Estudiante	4 meses	-Natación	-Falta de tiempo	No	-Facebook -Instagram -Twitter	Todos los días, varias veces al día
Maritza	27	Empresaria	2 meses	-Taekwondo (alto rendimiento)	-Falta de tiempo	No	-Facebook	Varias veces por semana
Johanna	38	Ama de casa	2 mes	-Gimnasio -Natación	-Falta de tiempo -Embarazo -Enfermedad	No	-Twitter	Todos los días, varias veces al día
July	42	Ama de casa	2 mes	-Gimnasio -Natación -Carrera pedestre	-Lesión -Embarazo	No	-Facebook -Instagram	Varias veces por semana
Edith	51	Ama de casa	4 meses	-Natación	-Enfermedad	No	-Facebook	Algunas veces por semana
Rita	49	Comerciante	3 meses	-Caminar -Zumba -Natación	-Falta de tiempo -Embarazo	No	-Facebook	Algunas veces por semana

A continuación se presentan algunos de los comentarios realizados por los participantes durante las entrevistas de diagnóstico, sobre aspectos relacionados con el ejercicio físico como la reanudación de su práctica, la elección de la natación como actividad y las barreras que podrían enfrentar para mantenerse activos. Respecto al apoyo social virtual en los medios sociales, la información obtenida fue respecto a la influencia de estos medios sobre su práctica de ejercicio físico y sus intereses sobre recibir apoyo social virtual por parte de la acuática a través de ellos. Las entrevistas tuvieron una duración de en promedio de entre 20 a 50 minutos.

Ejercicio físico.

Reanudación de la práctica del ejercicio físico.

El abandono de la práctica del ejercicio físico o deportivo ha sido un tema más estudiado comparado con el estudio de la reanudación de estas actividades. Desde 1990, Sallis y Howell citados en Carron et al. (2003) señalaron que no existían estadísticas disponibles acerca del porcentaje de la población que abandona y reanuda la práctica de ejercicio físico. A continuación se presentan algunas de las respuestas proporcionadas por los participantes respecto a los motivos por los que retomaron la práctica de ejercicio físico:

“Creo que uno debe considerarse uno mismo. Debes prestar atención a tu cuerpo por muy limitado que estés porque después de estas edades [haciendo referencia a las personas de su edad] comienza a pasar factura, pierdes flexibilidad, el metabolismo es más lento, y además de eso te agobia el estrés, la familia, los hijos, la economía, el perro, el gato. Creo que uno debe tener un momento para uno mismo, por salud física y por salud mental también. Tú mismo, tu mente, tu cuerpo... Por eso regrese, por autoestima, si me abandono, eso no puede ser”. (*Joanna, en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Retome la natación después de mi fractura [haciendo referencia a una fractura en la pierna] porque a pesar del dolor que tengo aún, es el ejercicio [haciendo referencia a la natación] que mejor me hace sentir, es el ejercicio más completo y al no hacer nada durante unos meses, subí de peso y entonces, de todos los ejercicios que he hecho, ese es el que considero más completo y si subo de peso es con el que más rapidez me regresa mi peso otra vez”. (*July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015*).

“Desde chica [desde la niñez] he hecho algo. Además, estudio Nutrición, sé que es bueno para la salud y sería incongruente de mi parte recomendar algo que no hago; aunque todavía no tenga pacientes”. (*Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Porque es bueno para la salud principalmente y durante el tiempo que lo practiqué me sentía más animada, más positiva, creo que personalmente me generó muchos beneficios emocionales. Además, era divertido porque conocí gente nueva y entrenaba con ellos; sacrificas una vida social porque te tienes que dormir temprano o andas cansado pero se vuelve tan divertido ir a entrenar que si le aumentas que es bueno para tu salud, lo vale”. (*Maritza, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015*).

De lo anterior, podemos encontrar que el motivo común para ejercitarse entre las participantes fue la salud, específicamente, para prevenir enfermedades como el sobrepeso y la obesidad, ya que ninguna participante padecía alguna enfermedad crónica no transmisible. Realizar ejercicio físico está relacionado con el control de peso, por lo que es una actividad comúnmente recomendada junto con una dieta balanceada para que una persona pueda alcanzar su peso adecuado.

Otros argumentos mencionados por las participantes para ejercitarse nuevamente fueron para combatir el estrés, por diversión, sentido de afiliación y por salud psicológica. Estos argumentos son muy variados, por lo tanto, podemos asumir que las razones adicionales para ejercitarse dependen de características personales y el contexto en el que se encuentren los participantes. Por lo tanto, las motivaciones para realizar ejercicio físico y/o su jerarquía podrán más similares, mientras más homogénea sea la muestra.

Selección de la natación como ejercicio físico.

Comprender la motivación detrás de la práctica de la natación de cada participante, ofreció al investigador información clave para promover el mantenimiento del ejercicio físico y así, prevenir el abandono de este deporte. Recordemos que comprender la motivación significa entender lo que determina lo que una persona elige y la determinación con la que la eligen y así, lograr el compromiso físico-deportivo (Iso-Ahola y St.Clair,

2000). A continuación se presentan parte de los comentarios realizados acerca de la práctica de la natación como ejercicio físico principal:

“Por mi salud, soy asmática y es de los pocos deportes que el doctor me ha recomendado. Cuando no tengo crisis, físicamente me siento mejor y creo que es por la natación”. (*Edith, en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

“En mi caso, a mí me relaja mucho, es el único ejercicio en el que no pienso, me desconecto completamente, no estoy pensando nada, ejercitas todo tu cuerpo mientras que en otro [deporte] solo ciertas áreas. Además, siento que es único deporte que no lastima las articulaciones, me fascina correr pero ya me duelen las rodillas”. (*July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015*).

“Porque no sabía nadar, era un reto aprender aunque ya este grande. También había escuchado que es un deporte muy completo”. (*Rita, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015*).

“Porque quiero hacer un triatlón, aunque lo veo difícil porque casi no he entrenado y es muy pronto, pero inicié por eso, esa era la idea”. (*Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Me gusta nadar, es el único deporte donde siento que no me agito. Puedo estar un buen rato nadando y siento que no me canso como si corriera”. (*Maritza, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015*).

La mayor parte de las participantes practicaron en el pasado otros deportes y es en la natación donde se han sentido más cómodas mientras lo realizan; además, sus respuestas hacen referencia a los beneficios documentados de este deporte. Solamente una participante mencionó que seleccionó la natación como ejercicio físico debido a que fue el deporte recomendado por un tercero (médico), en caso de que deseara ejercitarse.

Otras respuestas como “aprender a nadar” o “participar en un triatlón” pueden ser argumentos relacionados con el deseo de las participantes por alcanzar una meta. Las metas señaladas poseen dos características en común: son metas que necesitan tanto del desarrollo de habilidades físicas como mentales para ser alcanzadas satisfactoriamente y son metas autoimpuestas por las participantes.

Barreras del mantenimiento del ejercicio físico.

Los argumentos mencionados por las personas para no realizar ejercicio físico o incluso, abandonar su práctica pueden ser clasificados en individuales, socioculturales y/o ambientales. A continuación, se presentan las barreras que las participantes del estudio mencionaron a las que se han enfrentado en el pasado para lograr ser constantes realizando ejercicio físico:

“Lo más difícil es llegar a ser constante. Cuando “agarras” ritmo, es más fácil. Si comienzas a faltar piensas más seguido “una vez más que falte no pasa nada” y termina siendo más fácil seguir faltando. En mi caso empieza por la escuela, me siento muy mal yendo a entrenar porque sé que no voy a tener energía para estudiar en la noche porque estaré cansada y preferiré dormir y yo sé que estudio mejor en la noche”. (*Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Ajustar, organizar tu tiempo de tal manera cumplas con tus compromisos familiares, laborales, académicos, lo que tengas. De tal manera que quede una hora para ti, para hacer tu deporte. A la hora que sea, cumplir mi necesidad sin faltarles a ellos [haciendo referencia a la familia], es la parte difícil, ajustar tu tiempo, y hacer un sacrificio como pararte temprano para ir a nadar”. (*Joanna, en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Mantener el ejercicio no, el ejercicio es parte de mi vida, es como lavarme los dientes. Me ha dado trabajo la natación, en ocasiones cuando hay más frío, dices tú “tengo ganas de ir a nadar pero no tengo ganas de mojarme”. (*July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015*).

“Ser disciplinado, respetar los horarios que decides dedicarle al ejercicio. Es muy fácil tener excusas para no ir a entrenar, especialmente, si no tienes algún objetivo específico que quieras alcanzar en un tiempo determinado. Compromisos sociales previstos o no, o la misma flojera son como nubes oscuras sobre la constancia”. (*Maritza, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015*).

“Cuando empiezo a hacer ejercicio me gusta, no soy de las personas que dicen “ay no”, tengo amigas así. Cuando termino de hacer ejercicio me gusta cómo me siento, pero te da flojera “El antes” y si no has encontrado algo que te gusta, te da mucha flojera empezar y comienzas a decir “después, después...” y nunca lo haces”. (*Maricarmen en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

La falta de tiempo debido a compromisos laborales/académicos o familiares, fue uno de los argumentos más comunes citados por las participantes junto con la pereza. La percepción de la falta de tiempo fue relacionada con la mala organización de sus actividades; si las participantes fueran más organizadas o disciplinadas en el cumplimiento

de sus actividades planeadas, podrían cumplir con sus compromisos sin sacrificar el tiempo destinado al ejercicio físico.

Por otra parte, la pereza de las participantes para realizar ejercicio físico parte de justificaciones relacionadas con el clima, el cansancio físico que se espera genere la práctica del ejercicio físico, carecer de metas deportivas las cuales provocan una falta de motivación o la procrastinación del ejercicio físico.

Así como las motivaciones para practicar ejercicio físico son más parecidas según la muestra del estudio sea más homogénea, la misma situación se espera suceda con los argumentos para la justificar la inactividad física.

Medios sociales.

Influencia de los medios sociales.

Las publicaciones que realizan los usuarios pueden ofrecer a otros usuarios diferentes fuentes de información debido al material que comparten en línea; así como perspectivas diferentes acerca de un tema, debido a las experiencias y/u opiniones que estos deciden compartir (Coulson, Buchanan & Aubeeluck, 2007). Por lo anterior, se investigó la influencia que pueden llegar a tener las publicaciones que visualizan en los medios sociales los participantes sobre su práctica de ejercicio físico:

“Es una droga, mientras tu lees al respecto te consume, te sumerges, te interesa, lo haces. Menos mal que es algo bueno, creo que es contagioso”. (*Joanna, en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“No, para nada. Hago deporte desde muy chiquita, siempre me ha gustado; no lo hago por los demás”. (*July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015*).

“Claro que sí, cuando empiezas a ver cosas de ropa o hasta incluso solo ropa deportiva te quedas así de “ohhhh” [expresión de asombro] . Si ves cosas de nutrición, te dan ganas de comer mejor; si ves de ejercicio, quieres hacerlo. Si ves bastante fotos, artículos, etc. sobre ejercicio te motiva, te quedas así de “vamos hacerlo más seguido”, entonces si influye”. (*Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Sí. Si lees frases motivacionales, te cuestionas ¿por qué no hacerlo?, si dudas en seguir, te motiva, es como un apoyo moral toparte con ese tipo de frases. Por otro lado, si es información respecto a un deporte en específico pues te vas empapando del tema, vas viendo si te latería hacerlo, que necesitarías para hacerlo, etc., es como un maestro virtual [risas]”. (*Maricarmen en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

“No creo. Lo que veo en Facebook lo reforzará si acaso pero si no me gustara nadar no lo haría. No creo que si me pusieran algo en Facebook cambiaría de opinión”. (*Edith, en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

Las personas que indicaron acceder (Joanna, Regina y Maricarmen) a los medios sociales varias veces al día mencionaron que sí consideraban que los medios sociales influyeron en su práctica físico-deportiva, ya que la información en las plataformas sociales complementa su interés por el ejercicio físico, a través de temas relacionados como de nutrición, accesorios deportivos, etc. Mientras que las participantes que mencionaron ingresar a los medios sociales algunas veces por semana, que además coinciden ser las participantes de mayor edad del grupo de estudio, indicaron las publicaciones a las que están expuestas no influyen en su práctica físico-deportiva.

Apoyo social virtual.

Categorías de apoyo social virtual.

Existen millones de publicaciones en los medios sociales a las que están expuestos los usuarios día a día, desde las realizadas por sus contactos (amigos, familia, compañeros de trabajo/escuela, etc.) hasta aquellas realizadas por empresas, organizaciones, figuras públicas a las que siguen en estas plataformas. Conocer las características de las publicaciones (contenido, formato, etc.) que generan mayor interés en ellos, ofrece a los responsables del *marketing* de contenidos una guía para diseñar las futuras publicaciones que formaran parte de la estrategia de contenidos.

Debido a que el objeto de estudio de este proyecto es el apoyo social virtual, las publicaciones fueron clasificadas de acuerdo a dos de las categorías del apoyo social: en emocionales e informativas. Esta clasificación fue basada en las características de estas categorías, es decir, el apoyo social emocional virtual se caracteriza por contenidos con mensajes de empatía, estima, confort etc. Mientras que el apoyo social informativo virtual se trata de contenidos con material de carácter educativo o informativo, consejo, guía, etc.

Por lo tanto, se preguntó a la muestra acerca de las publicaciones en los medios sociales relacionadas con el ejercicio físico que les resultaban de mayor interés:

“Sigo cuentas de ejercicio en general, de nutrición, de comidas, me gusta ver ejercicios que puedas hacer en tu casa fáciles, cuando publican fotografías de alguien que estaba pasadito de peso y como están ahora, su entrenamiento y todo” . *(July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015).*

“Fotos principalmente. Videos si se tratan de algo que me llame la atención o links para leer artículos pero estos suelo leerlos cuando estoy más tranquila, es decir, cuando no tengo nada que hacer en el trabajo [risas] o antes de dormirme”. *(Maritza, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015).*

“Noticias sobre alimentación que va ligado con el ejercicio, videos pero sobre todo productos deportivos”. *(Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015).*

“Me gusta leer sobre los beneficios que hace algunos años atrás se desconocían como los del tenis que sufren de la espalda por moverse de un lado a otro o que se yo, me encanta leer cuando desmienten algún mito. De nadar, que los hongos, que los oídos, que taca-taca, me gusta leer cuando te dicen este producto, usa aquel para que no tengas excusas, incluso accedí a una de las cuentas para ver si había información sobre nadar con la menstruación...”. *(Joanna, en entrevista el día 7 de diciembre del 2015).*

Podemos inferir con base en las publicaciones de interés, que la categoría de apoyo social virtual más atractivo para las participantes es el informativo. Información que pueda resultar complementaria para su práctica físico-deportiva, como material sobre nutrición, ejercicios en el hogar, mitos y realidades, productos deportivos, etc. Además, las participantes tienen una preferencia por los contenidos proporcionados a través de material audiovisual (fotos y video).

Apoyo social virtual por parte del centro acuático.

Ninguna de las participantes tenía entre su lista de contactos al centro acuático Antares. Por lo que se preguntó acerca del tipo de publicaciones que les gustaría realizarla la acuática en sus medios sociales, es decir, qué categoría de apoyo social virtual necesitaban y/o deseaban las participantes proporcionara la acuática en sus medios sociales:

“Me interesaría que me dieran información sobre mi natación, para aprender. Hay cosas que doy por entendido que se pero así me daría cuenta que lo estoy haciendo mal y trataría de mejorarlo”. (*Edith, en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

“Consejos, tips para mejorar los estilos que nos enseñan en las clases principalmente”. (*July, en entrevista el día 14 de diciembre del 2015*).

“Videos para entender mejor como se debe nadar, datos curiosos podría ser interesante o información sobre cursos especiales que tengan”. (*Maritza, en entrevista el día 11 de diciembre del 2015*).

Los comentarios hacen referencia a un apoyo social virtual informativo. Por lo tanto, se cuestionó específicamente a las participantes acerca de recibir apoyo social virtual emocional por parte de la acuática, es decir, se preguntó a las mujeres como se sentirían si más adelante en los medios sociales del centro acuático se les etiquetará en alguna de publicación (fotografías, videos, artículos, etc.):

“Creo que me incomodaría al principio, pero ya después pues está bien. No soy mucho de publicar de mí, pero preferiría que lo hicieran sobre otra persona si es nada más porque si, a menos que fuera por algo importante porque así sería como un apoyo”. (*Regina en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“Que pongan “Joanna se botó hoy en la piscina” WOOOW! “Me la voy a creer. Me levantaría el autoestima, mi amor por la natación, mi sentido de pertenencia con esto, con Antares, aunque no esté compitiendo, me siento como parte del equipo”. (*Joanna, en entrevista el día 7 de diciembre del 2015*).

“No sé [risas], raro si no lo espero, pero si es por algo bueno estaría chido”. (*Maricarmen en entrevista el día 9 de diciembre del 2015*).

No existe una posición clara acerca de cómo reaccionarían respecto al apoyo social virtual emocional. No obstante, las participantes suponen que de recibirlo se sentirían halagadas pero prefieren recibirlo cuando se deba a que hicieron algo sobresaliente respecto al ejercicio físico.

Publicaciones sobre ejercicio físico por parte de las participantes.

Las participantes reportaron realizar, ocasionalmente, publicaciones en sus medios sociales sobre ejercicio físico a través de artículos de interés principalmente; algunas veces mencionaron que han compartido fotos o videos sobre el ejercicio físico. El motivo por el cual compartieron este material en los medios sociales fue porque consideraron este podría interesar a otros contactos. No obstante, ninguna participante reportó que el contenido publicado estuviera relacionado con sus propias actividades físico-deportivas. En otras palabras, las participantes son, por lo general, usuarias pasivas en los medios sociales ya que este tipo de usuario se dedica a consumir información sin realizar publicaciones, ve fotos, revisa las noticias de sus contactos y busca a otras personas en la plataforma; mientras que un usuario activo sería aquel que comparte información y realiza actividades como enviar mensajes, publicar mensajes o actualizar su estatus, y compartir fotos y videos en los medios sociales.

Por otra parte, todas las participantes consideraron que si publicaran algún tipo de información respecto a su ejercicio físico como fotos y videos, pensamientos, etc., recibirían apoyo por parte de sus contactos en línea, especialmente, por parte de sus familiares.

3.1.3 Conclusión

A través de la información obtenida en esta etapa diagnóstica, se pudo construir un panorama acerca de las limitantes que tiene el mantenimiento del ejercicio físico en la población seleccionada, las cuales serían combatidas durante la intervención a través del apoyo social virtual proporcionado por parte de la acuática en los medios sociales. Al mismo tiempo, el diagnóstico permitió detectar las fortalezas que tuvieron tanto ejercicio físico como la natación en la muestra, las cuales fueron administradas durante la intervención como áreas de oportunidad, para fortalecer la importancia del mantenimiento del ejercicio físico.

Además, se pudo establecer a través de la información sobre el uso que los participantes le daban a los medios sociales, cómo se podrían aprovechar estas plataformas para la promoción del mantenimiento del ejercicio físico. En otras palabras, cómo ajustar que el apoyo social virtual proporcionado por la acuática en los medios sociales tuviera un efecto positivo sobre la práctica del ejercicio físico de las participantes.

3.2 Intervención

3.2.1 Objetivo

Por medio de una intervención virtual en medios sociales se otorgó apoyo social, el cual estaba enfocado a promocionar el mantenimiento del ejercicio físico. Dicho apoyo social virtual pretendía ayudar a las participantes para que avanzaran de la etapa de acción a la etapa de mantenimiento, según el Modelo Transteórico, al finalizar la intervención. Es decir, los participantes del proyecto estuvieron expuestos a publicaciones donde se fomentaba la constancia de la práctica físico-deportiva, especialmente la natación.

Para esto, la intervención fue dividida en dos etapas: la primera consistió en diseñar la intervención que proporcionaría el apoyo social virtual y la segunda etapa consistió en la aplicación de la intervención previamente diseñada.

3.2.2 Estructura metodológica

Está comprobado que percibir o recibir apoyo social influye en las actitudes y conductas de las personas, por ejemplo en actividades relacionadas con el ejercicio físico y el deporte (Barra, 2004). Actualmente, los medios sociales son una nueva fuente de apoyo, a pesar de que estos no fueron creados para proporcionarlo. Los usuarios de estas plataformas suelen buscar información, compañía, soporte social y un sentido de pertenencia a través de ellas (Goulet, 2012).

Para el diseño de la intervención se tomó en cuenta al *marketing* de contenidos, ya que es la rama del *marketing* que abarca la gestión de los medios sociales. Por lo que se tomaron en cuenta los cinco puntos clave del *marketing* de contenidos mencionados previamente para su desarrollo:

1) *Comprender a la audiencia*. La etapa de diagnóstico permitió al investigador conocer y analizar las características de los participantes de la intervención, es decir, la audiencia hacia la que fue dirigido el apoyo social virtual en los medios sociales.

Al encontrarse las participantes en la etapa de acción del Modelo Transteórico, existían ciertas necesidades y/o deseos que podrían ser cubiertos a través de las publicaciones, de tal forma que el apoyo social virtual contribuyera a que la muestra lograra el mantenimiento del ejercicio físico.

2) *Coherencia entre el contenido y el ciclo de venta*. Se refiere a que las publicaciones debieron fomentar el mantenimiento del ejercicio físico, ya que era la etapa del Modelo Transteórico que se pretendía alcanzar los participantes. Por lo tanto, los contenidos debieron ser útiles e interesantes en relación a este tema, de tal forma que las publicaciones generaran una reacción positiva en los participantes, la cual se tradujera en una constancia de sus sesiones de natación.

3) *Creación del contenido*. El apoyo social virtual utilizado fue el emocional y el informativo, ya que el apoyo social instrumental se caracteriza por la prestación de ayuda tangible (Castelló, 2013), el cual es imposible proporcionarlo a través de los medios sociales. El contenido informativo es el que presentó de forma racional al producto o el servicio, en este caso: la natación. Publicaciones donde se expusieron los beneficios sobre ser constante nadando, estrategias para enfrentar las barreras que puede enfrentar una persona cuando pretende ser constante realizando ejercicio físico, así como elementos relacionados con la natación como consejos para mejorar los estilos de este deporte, información sobre accesorios que pueden utilizarse durante los entrenamientos, entre otros. El contenido emotivo fue aquel que transmitió empatía, preocupación, aprecio, entre otros, por parte de la acuática hacia los participantes del estudio, así como contenidos que apelaran a la imaginación del usuario, con el objetivo de situarlo en un contexto o experiencia y generarle una emoción al respecto al tema del mantenimiento.

El apoyo social transmitido fue el mismo en cada medio social utilizado durante la intervención, sin embargo, el contenido fue ajustado de acuerdo al formato de presentación que exigía cada plataforma. Por ejemplo, en Twitter las publicaciones no debían exceder los 140 caracteres (incluyendo si se agregaban links, fotografías, hashtags, etc.); en Instagram, las fotografías son el principal producto por lo que las imágenes debían comunicar la información o en su defecto en el pie de foto; el Blog es más versátil, sin embargo, la información publicada a través de esta plataforma fue presentada a través de la redacción de artículos de interés que fueron compartidos (mediante links) en los otros medios sociales utilizados durante la intervención; el Facebook permite presentar la información a través de pensamientos, fotografías y videos o notas.

4) *Promoción del contenido.* Las publicaciones realizadas fueron de carácter orgánico, es decir, no se realizó ningún pago de publicidad a los medios sociales seleccionados para asegurar la posibilidad de que los participantes del estudio estuvieran expuestos a las publicaciones que se realizaron. Por lo que se realizaron publicaciones diarias sobre apoyo social virtual informativo y emocional de forma alternada, para aumentar la probabilidad de visualización de las publicaciones por parte de los participantes. Además, el momento del día en que se realizaron las publicaciones fue igualmente alternado, es decir, una vez en la mañana y otra vez durante la tarde.

5) *Medición y análisis.* Debido a que el objetivo principal de la intervención fue que las participantes cambiaran de la etapa de acción a la etapa de mantenimiento según el Modelo Transteórico, se determinó que la intervención tuviera una duración de 12 semanas, ya que fue el tiempo mínimo suficiente para que se pudiera evaluar si existió un cambio de etapa o no según la antigüedad de las participantes realizando ejercicio físico al inicio del estudio.

Durante la aplicación de la intervención se realizó una observación virtual sobre la respuesta de los usuarios en los medios sociales de la acuática hacia las publicaciones realizadas para determinar: en qué momento del día aumentaba la probabilidad de que los participantes del estudio estuvieran expuestos a las publicaciones y qué categoría de apoyo social sería más popular, y así potencializar el efecto que se pretendía alcanzara el apoyo social virtual proporcionado, es decir, contribuir al mantenimiento del ejercicio físico de las participantes.

Para esto, la aplicación de la intervención estuvo dividida en dos fases con una duración de seis semanas cada una; los resultados obtenidos de la observación virtual durante la primera fase permitieron realizar ajustes en la segunda fase de la intervención, respecto al momento del día en que aumentaba la probabilidad de visualización de las

publicaciones por parte de las participantes y la categoría de apoyo social virtual de su preferencia, respecto al mantenimiento del ejercicio físico. Durante la segunda fase, la misma observación virtual fue realizada con el objetivo de realizar un análisis completo del apoyo social virtual proporcionado durante toda la intervención.

La observación fue realizada tanto en los participantes del estudio como en el resto de los contactos del centro acuático en los medios sociales. Al ser las participantes usuarias pasivas en los medios sociales, observar virtualmente a los demás contactos de la acuática en línea permitió obtener una retroalimentación acerca de las publicaciones realizadas de manera general.

3.2.3 Resultados

Los resultados obtenidos de la observación virtual por cada publicación realizada durante la aplicación de la intervención se encuentran en el Apéndice C. A continuación, se presentan los resultados más significativos por cada medio social utilizado durante las fases:

3.2.3.1 Primera fase

Durante la primera fase se observó que en Facebook, la publicación que logró la mayor cantidad de “Likes/Me gusta” (42), “Shares/Comparticiones” (32) y un comentario (1) por parte de los contactos de la acuática fue sobre apoyo social emocional, publicación realizada durante el turno matutino el 3 de febrero de 2016. La publicación consistió en una imagen con la frase: “Nadar es un placer. No saber nadar es un peligro.”, la cual fue acompañada de un comentario como descripción al pie de foto “Algunos deportes son por placer, otros una NECESIDAD”. Este contenido de carácter emotivo apelaba a la imaginación del usuario, con el objetivo de generarle emociones relacionadas con la alegría y el miedo al mismo tiempo al leer la publicación (ver Figura 1).



“Algunos deportes son por placer, otros una NECESIDAD.”

Figura 1. Apoyo social virtual emocional: La importancia de saber nadar

Por otra parte, en Facebook se observó poca participación virtual por parte de los contactos de la acuática y ninguna por parte de los participantes del estudio en aquellas publicaciones donde el contenido fue presentado por medio de artículos redactados en el Blog de la acuática, el cual fue creado específicamente para la intervención; el acceso a estos artículos era por medio de Links que enlazaban al Blog. Esta reacción virtual sugiere poco interés hacia este tipo de publicaciones, ya que cualquier otra publicación donde el contenido fue transmitido por medio de una imagen o video recibió un número mayor de Likes/Me gusta”, “Shares/Comparticiones” o comentarios.

En Instagram, la publicación que logró la mayor cantidad de “Likes/Me gusta” (18) por parte de los contactos de la acuática fue sobre apoyo social informativo realizada en el turno matutino el 26 de febrero de 2016; dicha publicación fue del agrado de *July*, una participante del estudio la cual otorgó un “Like/Me gusta” a la imagen en este medio social. La publicación consistió en la fotografía de un nadador utilizando paletas, en la que al pie de foto se explicaban los beneficios de utilizar este accesorio durante las sesiones de entrenamiento mediante el comentario “Las paletas aumentan la resistencia durante la tracción de la brazada. Al utilizarlas, trabajamos más eficazmente nuestros bíceps, dorsales y músculos de la espalda para que podamos terminar la brazada. Recuerda escoger bien el

tamaño de las paletas, para evitar sobrecargas y lesiones.” (ver Figura 2). Este contenido fue clasificado como apoyo social informativo, ya que pretendía enseñar al nadador acerca de un accesorio para entrenar, el cual es encontrado con frecuencia en las piscinas.

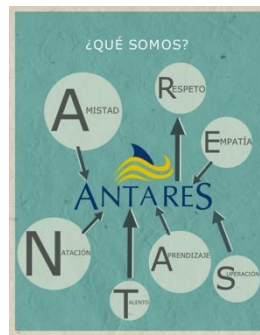


“Las paletas aumentan la resistencia durante la tracción de la brazada. Al utilizarlas, trabajamos más eficazmente nuestros bíceps, dorsales y músculos de la espalda para que podamos terminar la brazada. Recuerda escoger bien el tamaño de las paletas, para evitar sobrecargas y lesiones.”

Figura 2. Apoyo social virtual informativo: paletas

Es importante señalar que *July* fue la única de las participantes del estudio que tuvo algún tipo de actividad en esta plataforma respecto a las publicaciones realizadas. Por lo general, reaccionó a estas a través de “Likes/Me gusta”, sin embargo, no existió una predilección hacia alguna categoría de apoyo social virtual específica, ya que mostró interés por el mismo número de publicaciones acerca del emocional como del informativo. Además, la mayoría de las publicaciones de su interés fueron realizadas en el turno matutino.

En Twitter, la única publicación que recibió un “Likes/Me gusta”, precisamente por parte de una participante del estudio (*Joanna*) fue sobre apoyo social informativo, el cual consistió acerca de un acrónimo creado por la acuática sobre el significado de su nombre, imagen que fue acompañada del comentario “Sabías que significa ANTARES?”. La publicación fue realizada en el turno matutino el 16 de febrero de 2016 (ver Figura 3).



“Sabías que significa ANTARES?”

Figura 3. Apoyo social virtual informativo: significado de ANTARES

3.2.3.2 Conclusión de la primera fase

Para la mayor parte de las participantes que formaron parte de la muestra estudiada, no se registró ningún tipo de participación. Sin embargo, es importante recordar que las participantes se describieron como usuarias pasivas en los medios sociales, es decir, solían consumir el material publicado, pero no participar de ninguna manera en las publicaciones. Por lo tanto, no se puede concluir si estas estuvieron expuestas o no al apoyo social virtual en los medios sociales.

Por otra parte, de acuerdo a lo observado en cada medio social utilizado, podemos concluir que durante la primera fase de la aplicación de la intervención las publicaciones que recibieron mayor participación virtual por parte de algunas participantes del estudio y demás contactos virtuales de la acuática en los medios sociales, fueron aquellos contenidos realizados durante el turno matutino. Además, otra característica observada acerca de las publicaciones realizadas fue la preferencia por los contenidos audiovisuales (fotos y videos), por lo que las publicaciones con contenido a través de Links fueron eliminadas del formato de presentación del apoyo social virtual.

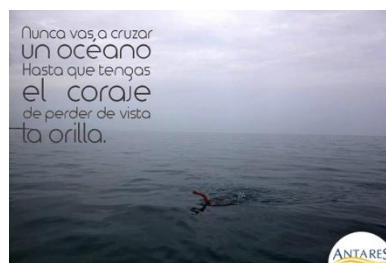
Respecto a las categorías de apoyo social, el informativo fue aquel de preferencia por parte de las participantes del estudio. No obstante, esta conclusión es basada en la participación virtual de solamente dos sujetos participantes del estudio (*July* y *Joanna*).

Por lo tanto, hubiera sido sesgado concluir que las demás participantes del estudio tuvieron las mismas preferencias acerca de la categoría del apoyo social virtual, en especial, cuando el resto de los contactos de la acuática en los medios sociales no se inclinó por una categoría específica.

Luego entonces, para la segunda fase de la aplicación de la intervención, las publicaciones se realizaron solamente durante el turno matutino, ya que durante la primera fase, estas fueron las que obtuvieron mayor participación. Se decidió mantener la publicación alternada entre apoyo social emocional e informativo; además que estos serían transmitidos por parte de la acuática mediante publicaciones con imágenes o videos.

3.2.3.3 Segunda fase

Durante la segunda fase la publicación que logró la mayor cantidad de “Likes/Me gusta” (30), “Shares/Comparticiones” (7) y comentarios (2) en Facebook por parte de los contactos de la acuática fue sobre apoyo social emocional, realizada el 25 de marzo de 2016. Además, esta publicación fue del agrado de la participante *Maritza*, ya que otorgó un “Likes/Me gusta” a la publicación. El contenido publicado consistió en la fotografía de un nadador en el mar que incluyó la frase: “Nunca vas a cruzar un océano hasta que tengas el coraje para perder de vista la orilla.”, además, la imagen fue acompañado del comentario “Todo se puede entrenar.” (ver Figura 4).



“Todo se puede entrenar”

Figura 4. Apoyo social virtual emocional: aguas abiertas

Maritza fue la única de las participantes del estudio que tuvo algún tipo de actividad en esta plataforma, respecto a las publicaciones realizadas. Su reacción fue siempre a través de “Likes/Me gusta”. Estuvo interesada en dos publicaciones sobre apoyo social informativo (sobre el uso de ciertos accesorios para mejorar la técnica de brazada y aspectos de nutrición en las personas que realizan ejercicio físico) y tres sobre apoyo social emocional (sobre el impacto que tiene la natación en la vida de la mujer, la pérdida de peso como motivador para ejercitarse y la publicación previamente descrita como mejor aceptada durante este período en Facebook). (ver Apéndice C).

En Instagram, la publicación que logró la mayor cantidad de “Likes/Me gusta” (14) por parte de los contactos de la acuática y la participación de *July*, fue sobre apoyo social emocional, realizada el 5 de abril de 2016. La publicación consistió en la fotografía de una nadadora con la frase: “No siempre amo el ejercicio, pero lo que siempre amo es el resultado.”, la cual fue acompañada de un comentario “Por si se nos olvida lo divertido que es nadar, existen otras razones para seguir en el agua”, como descripción al pie de foto. El contenido emocional de esta imagen pretendió hacer referencia a las diferentes emociones que puede experimentar una persona durante la práctica del ejercicio físico, ya que durante la etapa de acción del Modelo Transteórico las personas pueden llegar a tener diferentes reflexiones hacia la conducta que se pretenden extinguir o adoptar de forma permanente. Por lo tanto, la *Figura 5* fomentaba tener presente la meta por la que se realizaba el ejercicio físico a pesar de los diferentes estados de ánimo que se puedan tener durante su práctica, en este caso, la imagen tuvo objetivo que las participantes la relacionaran con uno de los motivos por los cuales decidieron reanudar el ejercicio físico: el control de peso.



“Por si se nos olvida lo divertido que es nadar, existen otras razones para seguir en el agua”

Figura 5. Apoyo social virtual emocional: resultado del ejercicio físico

Nuevamente, *July* fue la única de las participantes del estudio que tuvo algún tipo de actividad en esta plataforma respecto a las publicaciones realizadas. En esta ocasión, su reacción respecto al contenido publicado fue siempre mediante “Likes/Me gusta”, sin embargo, en esta ocasión sí se observó una preferencia hacia la categoría de apoyo social emocional, al preferirlo cuatro veces, en relación a las dos veces en las que estuvo interesada en el apoyo social virtual.

La publicación que logró la participación de un contacto y la participante *Joanna* en el Twitter a través de “Likes/Me gusta”, fue sobre apoyo social emocional, la cual fue realizada el 16 de marzo de 2016. La publicación consistió en la fotografía de una hoja con una gota de agua que incluía la frase: “La gota abre la piedra, no por su fuerza, sino por su constancia.”, acompañada del comentario: “Porque nunca debemos rendirnos cuando estamos aprendiendo algo nuevo como la natación”. El contenido emocional de la Figura 6 pretendió que los participantes reflexionaran acerca de lo que se puede lograr cuando se es constante y animarlos a que lo fueran respecto al ejercicio físico al complementarlo a través del comentario que acompañó a la imagen.



“Porque nunca debemos rendirnos cuando estamos aprendiendo algo nuevo como la natación ”

Figura 6. Apoyo social virtual emocional: constancia

3.2.3.4 Conclusión de la segunda fase

Durante esta fase, la categoría de apoyo social mejor recibida en los tres medios sociales utilizados, fue el emocional, ya que estas publicaciones recibieron la mayor participación por parte de los contactos de la acuática como de algunas participantes.

Durante este período, *July* y *Joanna* continuaron registrando algún tipo de participación virtual respecto a algunas publicaciones realizadas; además, durante esta fase la participante *Maritza* también registró participación en algunas publicaciones.

Por otra parte, *July* y *Maritza* participaron virtualmente en más de una ocasión en alguna de las publicaciones realizadas. Ambas estuvieron interesadas en ambas categorías de apoyo social, sin embargo, ambas reflejaron una preferencia mayor hacia el apoyo social emocional, debido al número de “Likes/Me gusta” otorgados.

De acuerdo a los resultados analizados del Anexo 1, las participantes del estudio mencionadas durante esta segunda fase, no compartieron un interés común por las mismas publicaciones.

Finalmente, la mayoría de las participantes continuaron sin registrar algún tipo de participación respecto a las publicaciones realizadas durante la segunda fase de la aplicación de la intervención; este registro se pudo deber a sus características como

usuarias pasivas en los medios sociales. Por lo tanto, durante la siguiente etapa del proyecto, la evaluación, se investigó sobre si las participantes de la muestra estuvieron o no expuestas al apoyo social virtual, que fomentó el mantenimiento del ejercicio físico.

3.3 Evaluación

3.3.1 Objetivo

El objetivo principal de esta etapa fue evaluar la efectividad de la intervención en los medios sociales como plataforma de apoyo social virtual, para fomentar el mantenimiento del ejercicio físico. Por lo tanto, fue necesario investigar si las participantes de la muestra habían logrado progresar a la siguiente etapa de cambio dentro del Modelo Transteórico, es decir, avanzar de la etapa de acción a la etapa de mantenimiento, mediante la acumulación de más de 6 meses ininterrumpidos realizando ejercicio físico. Para esto, se realizaron nuevamente entrevistas semiestructuradas, para profundizar en la influencia del apoyo social virtual sobre la práctica constante del ejercicio físico de las participantes, o en caso de no haber logrado el mantenimiento, se profundizará sobre las causas del abandono.

Luego entonces, fue necesario investigar sobre dos aspectos fundamentalmente: los hábitos físico-deportivos de las participantes después de haber finalizado la intervención y la percepción de éstas sobre el apoyo social virtual proporcionado por la acuática en los medios sociales. De esta manera, el investigador pudo evaluar la eficacia de promocionar el mantenimiento del ejercicio físico, utilizando el apoyo social virtual en los medios sociales. Además, se indagó sobre las razones para haber mantenido la práctica de la natación o se actualizarían las razones de abandono, según fuera el caso. En la Tabla 5 se desglosa el contenido de los temas investigados durante la evaluación, los cuales se consideraron necesarios para poder evaluar la intervención.

Tabla 5*Contenido de entrevista de evaluación*

Etapa	Tema	Subtemas
Evaluación	Práctica físico-deportiva	-Hábitos físico-deportivos más recientes. -Motivos para mantenimiento o abandono y de actividades físico-deportivas.
	Apoyo social virtual	-Percepción acerca del apoyo social virtual recibido y percibido ofrecido por parte de la acuática. -Influencia del apoyo social virtual recibido y percibido en relación a la práctica de su ejercicio físico.

3.3.2 Resultados

Ninguna de las participantes reportó haberse mantenido realizando ejercicio físico de manera continua por más de 6 meses. El abandono del ejercicio físico sucedió entre los 4 y 6 meses posteriores a la reanudación de su práctica; solamente en el caso de una participante, el abandono ocurrió fuera de este intervalo de tiempo (3.5 meses). Sin embargo, durante la etapa de evaluación, tres de las siete participantes comentaron haber reanudado nuevamente la práctica de la natación. Es decir, dejaron de ejercitarse por alrededor de dos meses antes de reanudar su práctica nuevamente.

Otro cambio registrado en una de las participantes, fue el de la ocupación de *Joanna*, la cual abandonó las actividades del hogar como ocupación de tiempo completo para poder emprender un negocio.

En la Tabla 6 se presenta de manera específica los datos sobre los hábitos físico-deportivos más recientes de las participantes.

Tabla 6*Resultados relacionados el mantenimiento del ejercicio físico*

Nombre	Ocupación	Tiempo que se mantuvo realizando ejercicio físico interrumpidamente	Reanudó el ejercicio físico
Regina	Estudiante	4 meses	No
Maricarmen	Estudiante	5.5 meses	No
Maritza	Empresaria	4 meses	Si
Johanna	Empresaria	4 meses	No
July	Ama de casa	3.5 meses	Sí
Edith	Ama de casa	6 meses	No
Rita	Comerciante	5 meses	Sí

A continuación, se presentan los comentarios realizados por las participantes durante las entrevistas semiestructuradas finales, respecto al mantenimiento del ejercicio físico y el apoyo social virtual realizado por el centro acuático Dichas entrevistas tuvieron una duración de entre 20 a 30 minutos.

Ejercicio físico.

Abandono del ejercicio físico.

A continuación, se presentan las causas mencionadas por las participantes para no haber podido lograr la constancia realizando ejercicio físico:

“Empecé a faltar a las clases de natación, porque empezando el nuevo semestre de la escuela, me metí a más cosas, participé en un proyecto en el que nunca había estado. Terminaba muy cansada. Además, después de que pasó el Triatlón, en el que finalmente participe en un equipo de relevos (yo hice la parte de ciclismo porque no me sentía tan fuerte como para nadar), ya no sentí prisa por mejorar en la natación. Entonces, juré que cuando acabara el proyecto de la escuela volvería a hacer ejercicio, pero luego me involucre en otros y así he ido procrastinando el ejercicio.” *(Regina en entrevista el día 25 de abril del 2016).*

“Me tomé un “break” porque empecé un negocio propio y el horario en el que iba a nadar me tomaba gran parte de la mañana, así que me sentía un poco mal que yo me fuera a nadar y le dejara todo el trabajo a mi socio. Entonces decidí hacer un paréntesis en la natación. Al principio lo compensé caminando al perro una hora al día, pero me cambie de casa y ya no me gustó la zona para caminar, hay mucho más tráfico y tanto el perro como yo nos ponemos nerviosos.” *(Joanna en entrevista el día 26 de abril del 2016).*

“Tuve proyectos que entregar en la escuela y comencé a faltar. Perdí la costumbre y luego me dio flojera. Este semestre se me ha hecho muy fácil atribuirle a la universidad la razón por la que no hago ejercicio, pero al final, los proyectos no son todo el tiempo y si no los dejara realmente para lo último, no tendría que desvelarme varias noches seguidas. Públicamente me justifico con la escuela, aunque para ser honestas, sé en el fondo que es por flojera” *(Maricarmen en entrevista el día 30 de abril del 2016).*

“Salí de viaje por trabajo y luego por vacaciones, por lo que falte tres semanas seguidas a las clases y por economía no me convenía pagar todo el mes si quedaba una semana para empezar el siguiente. Decidí esperarme y cuando comenzó el siguiente mes empecé a tener mucho trabajo y me complicaba el tiempo si iba a nadar”. *(Maritza en entrevista el día 19 de abril del 2016).*

“Me enferme, tuve pancreatitis y hasta el hospital llegue a parar. Después, el doctor me prohibió hacer ejercicio por un tiempo porque podría lastimarme por el esfuerzo”. *(July en entrevista el día 20 de abril del 2016).*

“Me fui de viaje con mi esposo y desde que regrese he tenido diferentes compromisos familiares o cosas que hacer en la casa. No me he organizado bien para volver a las clases de natación”. *(Edith, en entrevista el día 30 de abril del 2016).*

“Deje de ir a nadar porque empezó a hacer mucho frio y no me daba ganas de nadar”. *(Rita en entrevista el día 19 de abril del 2016).*

La mayoría de las participantes reportaron haber abandonado el ejercicio físico, debido principalmente a la falta de tiempo. Otros argumentos mencionados fueron: la pereza, el no encontrarse en la ciudad (viajes), factores económicos y la temperatura del ambiente (la aplicación de la intervención abarcó parte de la temporada de invierno). Solamente una participante mencionó haber abandonado el ejercicio físico debido a una enfermedad grave.

Reanudación de la práctica del ejercicio físico.

Algunas participantes comentaron haber comenzado a ejercitarse nuevamente después de haber abandonado temporalmente las sesiones de natación. Por lo tanto, se investigó los motivos para comenzar nuevamente a realizar ejercicio físico:

“Porque me hace sentir bien. Los meses en los que deje la natación comencé a sentirme menos positiva, además, me gusta comer y hacer ejercicio provocaba que no me remordiera tanto la conciencia si decidía comer tonterías o cosas así” (*Maritza en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

“Es bueno para la salud, además voy con mi hija (Maritza) normalmente a la acuática y es un tiempo que puedo compartir con ella, aunque sea rumbo a la acuática porque nadando no se puede” (*Rita en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

“Cuando finalmente regrese, sentí un alivio. La natación es como mi yoga. Cuando nado no busco y/o espero ningún resultado particular, así que nado sin presiones, aunque hay muchos resultados, pero el hecho de solamente nadar, me relaja muchísimo. Además, hacer otra cosa como correr me dolía y aún duele por la fractura que tuve hace algunos meses”. (*July en entrevista el día 20 de abril del 2016*).

Algunas participantes al momento de la entrevista final continuaban siendo inactivas físicamente. Por lo tanto, se investigó acerca de retomar el ejercicio físico más adelante, específicamente la natación:

“Considero que siempre voy a hacer ejercicio, aunque en el futuro por trabajo puede dejarlo temporalmente como me pasa con la escuela. En este momento, debo de admitir que me da mucho remordimiento no hacer ejercicio porque estudio Nutrición, pero por otro lado, la mitad de mis compañeros están en la misma situación que yo, tampoco se ejercitan [risas]; pero lo tengo que hacer nuevamente, por salud, porque me gusta hacerlo. No estoy segura si regresaría a nadar, he pensado en correr porque es lo más fácil pero no me gusta

mucho, siento que me lastimo con ese deporte”. (*Regina en entrevista el día 25 de abril del 2016*).

“Sí, definitivamente sí, ya platique con mi esposo. Una vez que nos organicemos mejor, quiero retomar mis sesiones de natación. Quiero volver a nadar, me encanta nadar y me pesa porque ya había empezado a ganar condición física, pero hacer en este momento ejercicio si es imposible, porque entre el trabajo y las responsabilidades del hogar acabo agotada al final del día. Además, por salud, por representar un tiempo para mí. Además de que los beneficios los note prácticamente de inmediato cuando empecé a nadar.” (*Joanna en entrevista el día 26 de abril del 2016*).

“Si regresaría a nadar porque aprendí cosas nuevas sobre este deporte, mucho tiene que ver que el entrenador es muy bueno, sabe enseñar, tiene paciencia. Solo que creo que regresaré hasta que acabe el semestre, ya que es mi último en la universidad y tendré mucha tarea.” (*Maricarmen en entrevista el día 30 de abril del 2016*).

“La acuática me queda lejos, es necesario me organice para poder ir. Además, soy consciente que en los últimos meses había sido más constante porque mi hija (Maricarmen) también iba a nadar, pero lo dejó por la escuela. Creo que si ella se anima a regresar me pedirá que la acompañe nuevamente y eso me obligará a retomar la natación inmediatamente”. (*Edith, en entrevista el día 30 de abril del 2016*).

La salud fue el motivo principal para haber reanudado el ejercicio físico, ya que la relacionan con el control de peso, disminución del estrés, salud psicológica. Otros argumentos mencionados para retomar la natación como ejercicio físico fueron la compañía de familiares, el aumento de las temperaturas ambientales, la mejor organización de sus actividades y el personal de la acuática. Por otra parte, las participantes que continuaban inactivas físicamente al momento de la evaluación, consideraban que se ejercitarían nuevamente cuando tuvieran más tiempo libre y organizaran mejor sus actividades.

La variedad de argumentos encontrados indica que el abandono y la reanudación del ejercicio físico es multifactorial. Ya que un mismo sujeto puede hacer referencia a características personales, socioculturales y ambientales.

Apoyo social virtual.

Apoyo social virtual en los medios sociales.

Una de las características fundamentales de esta intervención fue que el apoyo social virtual fue transmitido a través de publicaciones orgánicas en los medios sociales. Por lo tanto, las participantes fueron cuestionadas acerca de estas, es decir, se les preguntó si recordaban alguna publicación realizadas por el centro acuático en dichas plataformas:

“Vi varias, pero recuerdo una sobre los beneficios del agua fría, me dio risa. Ya había visto en algún otro lado los beneficios, pero en los días que vi la publicación de Antares, mi mamá me comentó que el agua estaba fría en la acuática esos días, por eso me acuerdo mucho de ella. Además, hace pocos días fui a un cenote [caverna con agua dulce encontrada en la Península de Yucatán] y estaba súper fría el agua, así que empecé a decirle a mis amigos los beneficios de meternos en el agua fría [risas]. También recuerdo haber visto datos curiosos sobre la natación”. (*Regina en entrevista el día 25 de abril del 2016*).

“Recuerdo haber visto un par de veces cosas sobre Antares, sobre cuándo se había creado, que significaba su nombre, etc.” (*Joanna en entrevista el día 26 de abril del 2016*).

“Me encantaron. Cuando vi algunas publicaciones sobre la natación infantil me acorde cuando era chiquitita y me aterraba participar en competencias de natación. Cuando vi la foto de una niña compitiendo, se la mostré a mi hijo quien reaccionó de la misma forma que yo lo hubiera hecho de niña, cero interés por la competencia. No cabe duda que de tal palo, tal astilla. También le mostré a mi hijo una imagen sobre los efectos de la natación sobre el cuerpo de los hombres, me encantaría que nadara, por eso le mostraba algunas fotos para ver si así se animaba”. (*July en entrevista el día 20 de abril del 2016*).

“Vi algunas sobre usuarios de la acuática que participaron en el Triatlón de Mérida. Algunas donde explicaban para que servían ciertos accesorios o sobre errores comunes cuando se nada. Algunas fotos con frases me gustaron porque podrían ser aplicadas a otros aspectos de la vida, son solo a la hora de nadar” (*Maritza en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

“Vi creo que dos, casi no entro al Facebook. Creo que había una sobre cómo cuidar el cabello y otro por qué la natación ayuda a bajar de peso, o más bien, porque si estas gordito es el deporte que deberías hacer” (*Rita en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

“Si las vi. Las mejores eran las que hablaban de cómo nadar mejor”. (*Maricarmen en entrevista el día 30 de abril del 2016*).

“Ninguna, pero mi hija me mostró una foto sobre a qué lugares podemos ir a nadar en el mundo, pretextos para seguir de vacaciones [risas]. Me dijo que la había visto del Facebook de Antares.” (*Edith, en entrevista el día 30 de abril del 2016*).

Las participantes mencionaron diferentes publicaciones realizadas en los medios sociales de la acuática durante el tiempo de aplicación de la intervención. Por lo tanto, podemos concluir que la estrategia aplicada de publicaciones orgánicas funcionó, es decir, publicar cada día y, principalmente durante el turno matutino, aseguró que las participantes estuvieran expuestas al contenido que promocionaba el mantenimiento del ejercicio físico, específicamente, la natación.

Dentro de las publicaciones mencionadas por las participantes, no existió coincidencia entre estas. Sin embargo, las publicaciones sobre apoyo social informativo donde se proporcionó un contenido acerca de cómo mejorar la técnica de natación fueron recordadas por algunas participantes.

Influencia del apoyo social virtual sobre la práctica del ejercicio físico.

Después de determinar si las participantes estuvieron expuestas al apoyo social virtual en los medios sociales, se indagó acerca de la percepción que tuvieron sobre si el contenido visualizado durante la intervención, influyó en su práctica de ejercicio físico:

“Cada que veía algo de Antares me daba un sentimiento de culpa, me daba pena que pudiera pensar el entrenador al ya no verme más por la acuática”. (*Joanna en entrevista el día 26 de abril del 2016*).

“Recuerdo haber visto una publicación sobre nadar en el mar y ese día estaba en la casa de la playa. Pensé que andaba de floja mientras otros estaban haciendo ejercicio en sábado, así que anime y me fui a nadar al mar, pero de forma costera, no en mar adentro.” (*July en entrevista el día 20 de abril del 2016*).

“Vi varias con frases motivacionales, cuando las veía decía “voy a hacerlo”, pero ahí quedaba [risas]”. (*Regina en entrevista el día 25 de abril del 2016*).

“No, ósea, si me gustaron algunas publicaciones, me parecieron interesantes, pero tengo prioridades como la Universidad y en este momento es a lo que le dedico mi tiempo.” (*Maricarmen, en entrevista el día 30 de abril del 2016*).

“No realmente. Hago ejercicio porque es bueno, no creo que lo que vi en Facebook influya. Para empezar casi no entro al Facebook, así que cuanto más me puede afectar lo poco que veo, tal vez otra cosa sería si lo viera en la TV”. (*Rita en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

“Cada que veía una publicación, sobre todo las de frases que buscaban motivarte a hacer ejercicio físico, me cuestionada por qué no lo hacía, que debería dejarme de pretextos y hacer ejercicio nuevamente aunque no fuera la natación, pero necesitaba activarme físicamente. Finalmente, no sé si fueron las frases o que disminuyo mi carga laboral, pero ya pude regresar a nadar” (*Maritza en entrevista el día 19 de abril del 2016*).

A pesar de que algunas participantes tienen la percepción de que el apoyo social virtual observado en los medios sociales influyó en su práctica de ejercicio físico, este no logró el objetivo con el que fue diseñado, es decir, lograr el mantenimiento del ejercicio físico. Por otra parte, las participantes que reportan no acceder con frecuencias a los medios sociales, consideran que el apoyo social virtual en ellos no puede influir en su práctica por el simple hecho de que no estuvieron expuestas a él.

Finalmente, a pesar de que los comentarios del administrador - dueño del centro acuático acerca del tema de apoyo social virtual no fueron considerados como parte del reporte de diagnóstico, es importante mencionar que existió una satisfacción en relación a la intervención realizada en los medios sociales, debido a que ex usuarios del centro acuático, retomaron las sesiones de natación, haciendo referencia a que las publicaciones en las plataformas funcionaron como recordatorio de la importancia de ejercitarse y/o los beneficios de la natación. Además, usuarios del centro acuático expresaron dudas o comentarios positivos al personal de la acuática respecto a la información publicada en los medios sociales de la acuática.

3.3.3 Conclusión

A través de la información obtenida durante la evaluación, concluimos que la intervención no logró el objetivo planteado, es decir, que las participantes lograran alcanzar el mantenimiento del ejercicio físico gracias al apoyo social virtual obtenido de la acuática a través de las publicaciones realizadas en sus medios sociales. Sin embargo, existió en general una percepción positiva acerca del apoyo social virtual recibido por parte

de la acuática, ya que las publicaciones fueron de interés para las participantes y otros contactos. Además, el apoyo social virtual recibido influyó de forma aislada sobre sesiones esporádicas de natación o para una nueva reanudación de este deporte, de acuerdo a las participantes y otros usuarios.

Por otra parte, es importante destacar que las participantes recordaron varias publicaciones donde no realizaron algún tipo de participación virtual. Lo que sugiere que no contar con resultados cuantitativos sobre la actividad virtual de los usuarios con relación a la recepción del apoyo social virtual proporcionado, no condiciona una recepción positiva de este y que tenga algún tipo de impacto en el comportamiento del usuario, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

Capítulo IV. Discusión

El objetivo del presente estudio fue investigar si a través de una intervención en los medios sociales por los cuales se proporcionaría apoyo social virtual, se podría influir en el mantenimiento del ejercicio físico de un grupo de usuarios de un centro acuático. Por lo tanto, a través del presente capítulo se analizan los resultados encontrados, y se expone su relación con otras investigaciones similares realizadas.

Por otra parte, se analizan los aciertos y desaciertos del proyecto de intervención llevado a cabo, con el objetivo de que el aprendizaje obtenido contribuya al diseño de futuros trabajos de investigación e intervención. Además, a partir del aprendizaje obtenido, se expone la relevancia que tiene el vincular ciencias como el *marketing* con la Psicología del Deporte, de tal manera que se pueda construir un conocimiento más integral.

4.1 Discusión

A pesar de que la intervención en medios sociales aplicada tuvo como objetivo apoyar a los participantes a que se mantuvieran activos físicamente por más de seis meses, esta no ofreció resultados positivos respecto al mantenimiento del ejercicio físico. No obstante, así como algunas participantes se encontraban inactivas físicamente al momento de la evaluación, otras habían retomado nuevamente la práctica de la natación, por lo que confirmamos que la conducta es dinámica, es decir, puede modificarse en diferentes sentidos como menciona el Modelo Transteórico (Marcus et al., 1992). Respecto al apoyo social virtual recibido, los resultados sugieren satisfacción por parte los participantes.

Por otra parte, dentro de los resultados encontrados a lo largo de la investigación, una de las principales observaciones realizadas es la similitud de las barreras y los facilitadores entre las etapa de diagnóstico y de evaluación para lograr el mantenimiento del ejercicio físico.

A continuación comparamos los resultados previos a la intervención y posteriores a esta:

Ejercicio físico.

Barreras del mantenimiento del ejercicio físico.

Una de las características principales de la muestra estudiada fue que todas las participantes habían realizado ejercicio en el pasado, pero a través de los años su participación en este tipo de actividades había disminuido. Otras investigaciones de corte cuantitativo también refieren que la participación de las mujeres en actividades físico-deportivas disminuye con la edad (Hernández et al., 2003).

De acuerdo a sus discursos, tanto en la etapa de diagnóstico como la de evaluación, la falta de tiempo debido a sus obligaciones y compromisos laborales/académicos y/o sociales, los cuales han aumentado o adquirido mayor importancia a través del tiempo, junto con la pereza, han sido las causas principales para no lograr el mantenimiento del ejercicio físico. Estas razones son justificadas y/o asociadas con la mala organización de sus actividades, el cansancio relacionado con la práctica del ejercicio físico, el clima, falta de metas deportivas, entre otras. Estas mismas barreras han sido mencionadas en distintas investigaciones para iniciar la práctica de actividades físico-deportivas (Niñerola et al., 2007).

Facilitadores de la reanudación del ejercicio físico.

Ya que ninguna participante logró el mantenimiento del ejercicio físico, podemos concluir con base en los resultados obtenidos durante el diagnóstico y la evaluación, cuáles son las motivaciones generales de las mujeres para continuar retomando el ejercicio físico a lo largo del tiempo. La salud es el principal argumento mencionado, el cual es relacionado con el control de peso y enfermedades, disminución del estrés y la salud psicológica. Resultados similares han sido encontrados en los estudios de MOPRADEF (2013) e INEGI (2014) realizados en la población mexicana citados por Valdez Méndez (2015), y en mujeres de otras nacionalidades (Codina y Pestana, 2010; Blázquez Manzano y Feu Molina, 2012). Otros argumentos mencionados en este estudio por las participantes como la diversión, el apoyo social y el sentido de afiliación son también mencionados en las investigaciones de Rodríguez et al. (2015) y Valdez Méndez (2015).

Por lo tanto, los resultados de ambas etapas (diagnóstico y evaluación) sugieren que las barreras y facilitadores para el ejercicio físico no están relacionadas con la etapa del Modelo Transteórico en la que se encuentran las personas, ya que los argumentos individuales, socioculturales y/o ambientales fueron siempre los mismos, solo que fueron mencionados en distinto orden jerárquico, dependiendo de cada participante. Por lo que podemos concluir que las causas para ejercitarse o no, están más relacionados con la situación personal por la que atraviesa cada participante.

Natación como ejercicio físico.

Debido a que los argumentos mencionados por los participantes para elegir la natación como ejercicio físico han sido mencionados en diferentes investigaciones, siendo la salud la principal razón, tal como encontraron también Rodríguez, Caro, Antequera e Izquierdo (2015), durante la intervención de este proyecto se profundizó en estos a través

de diferentes publicaciones, con el objetivo de reforzar las creencias de las participantes sobre este deporte y lograr el mantenimiento de su práctica.

Sin embargo, durante las entrevistas finales, ninguna participante mencionó los beneficios de forma detallada como se promovió durante la intervención en los medios sociales, como: ser uno de los deportes más completos debido a la cantidad de músculos que se ejercitan durante su práctica, el mínimo impacto sobre huesos y articulaciones debido a que se realiza en el agua (Colado, Moreno y Vidal, 2001), la reducción de sufrir enfermedades cardiovasculares, la mejora cardiorrespiratoria, postura corporal, flexibilidad, entre otros (Maranzano, 1997), o psicológicamente, su relación con sensaciones de placer, autosuperación, autoconfianza, etc. (Maranzano, 1997).

Por otra parte, otras razones que influyeron en la elección de la natación como ejercicio físico como “aprender a nadar” o “participar en un triatlón”, quedaron insatisfechas, debido a que las participantes no lograron el mantenimiento del ejercicio físico. Sin embargo, estos motivos volvieron a estar presentes entre las razones para reanudar la natación como ejercicio físico. Estos argumentos pueden ser relacionados con la “necesidad de competencia” a la que se refiere la Teoría de la Autodeterminación (Deci & Ryan, 1991), donde dicha teoría dicta que el comportamiento humano es motivado por la satisfacción de ciertas necesidades psicológicas básicas y universales: la competencia, la autonomía y la relación con los demás. Específicamente, la natación satisficaría la necesidad de competencia de los participantes, la cual se refiere a tratar de controlar lo que hacemos y experimentar dominio de nuestras habilidades.

Apoyo social virtual

Influencia del apoyo social virtual sobre la práctica del ejercicio físico.

Las participantes que mencionaron acceder a los medios sociales varias veces al día, indicaron que si consideraban que estas plataformas sociales influían en su práctica físico-deportiva a través de temas relacionados como nutrición, accesorios deportivos, frases motivacionales, etc. Por lo tanto, el apoyo social virtual complementa su interés por el ejercicio físico, independiente, si el apoyo social era informativo o emocional. Mientras que las participantes que indicaron recibir menos apoyo social virtual por estar menos expuestas a este, debido a que ingresaron a los medios sociales solamente algunas veces por semana, consideraron que este no influía en su práctica físico-deportiva. De acuerdo con un estudio realizado en una población universitaria (Jabalera Sierra, Morey Amer, Rodríguez Bonachera y Sánchez Molina, 2012), este sugiere que el comportamiento de las personas puede verse influido según el tiempo que estas se encuentran “en línea”. Cavallo et al. (2012), sugieren que los medios sociales como Facebook son plataformas viables para las intervenciones relacionadas con la promoción del ejercicio físico en adultos jóvenes.

A pesar de esto, ninguna de las participantes en esta intervención reflejó el cambio de conducta deseado debido a la influencia de la intervención realizada en los medios sociales, es decir, el de mantener la práctica del ejercicio físico mediante la asistencia a sus sesiones de natación debido al apoyo social virtual recibido a través de los medios sociales de la acuática.

Apoyo social virtual emocional vs apoyo social virtual informativo.

Respecto a la categoría de apoyo social virtual preferida por los participantes, se obtuvieron dos tipos de resultados: por un lado, tenemos el apoyo social virtual que expresaron preferir las participantes, es decir, durante la etapa de diagnóstico las participantes expresaron tener un mayor interés por recibir el apoyo social virtual informativo y durante la etapa de evaluación, las participantes recordaron específicamente publicaciones sobre este tipo de contenido. Mientras que de acuerdo a la respuesta en línea de las participantes hacia las publicaciones realizadas, el apoyo social virtual emocional fue el mejor recibido por estas, como por otros contactos de la acuática en los medios sociales.

A pesar de que puede haber una inclinación hacia alguna categoría de apoyo social virtual (emocional o informativo), por lo general, esta preferencia no suele ser tan contundente respecto a la otra categoría como lo reflejan los resultados encontrados por Coulson (2005); Coulson et al.,(2007); Smedley, Coulson, Gavin, Rodham & Watts (2015) , es decir, ambas categorías de apoyo social virtual son relevantes.

Por último, los comentarios realizados por otros contactos de la acuática en los medios sociales y al personal de la acuática, sugiere que existen similitudes entre las personas en la etapa de mantenimiento y otras etapas del Modelo Transteórico. Esto sugiere la probabilidad de utilizar ciertos contenidos y/o estrategias a otras etapas del Modelo Transteórico de manera exitosa.

4.2 Limitantes

Documentar el *marketing* de contenidos fue complicado. Existe poca literatura científica que documente el tema, ya que la mayor parte de la información respecto a este tema se encuentra en Blogs, donde su redacción informal pone en duda su veracidad. Por otra parte, los profesionales referentes a este tema exponen la vida corta

de las estrategias del *marketing* de contenido, es decir, lo que hoy funciona, en seis meses es probable que no (Márquez Guzmán, 2016).

Durante el diseño de la intervención, debido a que el rango de edad de la muestra fue muy amplio, resultó complicado disponer de imágenes y/o videos donde todas las participantes pudieran identificarse al mismo tiempo, lo cual pudo haber sesgado la percepción del apoyo social virtual ofrecido por parte de la acuática.

Recordemos que uno de los pilares del *marketing* al momento de desarrollar un producto o servicio consiste en determinar el nicho de mercado, el cual consiste en un segmento de la población con características lo más similares posibles (Kotler, 2002), con el objetivo de que la mezcla de *marketing* del producto o servicio sea exitosa.

Mientras que durante la aplicación de la intervención, el perfil pasivo de las participantes en los medios sociales con relación a su actividad virtual, limitó el flujo del apoyo social virtual entre éstas y el centro acuático. Es decir, solamente se otorgó un apoyo social virtual general, más no personalizado debido a una falta de interacción más activa.

Finalmente, la falta de conocimiento del personal de la acuática respecto al apoyo social virtual proporcionado en los medios sociales, implicó un apoyo social virtual incompleto para los participantes, debido a la falta de seguimiento de preguntas y/ comentarios que las participantes pudieran tener respecto a las publicaciones.

4.3 Aportaciones

La presente investigación contribuye al estudio de los medios sociales y su potencial como plataforma de intervención respecto a temas relacionados con el ejercicio físico y deporte, específicamente, la promoción de su práctica. Este proyecto promueve aprovechamiento de las características de los medios sociales, más allá de los fines comerciales como suelen ser utilizados.

Además, a través de este estudio se pretende fomentar la curiosidad y el interés de la comunidad científica hacia la inclusión de otras ciencias diferentes a las consideradas en las Ciencias Aplicadas al Deporte, para utilizar y/o dar respuesta al comportamiento físico deportivo de la población.

4.4 Sugerencias sobre líneas futuras de investigación e intervención

A pesar de lo atractivo que resulta la posibilidad de lograr mantener activa físicamente a la población a través de una intervención en medios sociales debido al potencial de alcance y bajo costo de estas plataformas, es necesario continuar investigándolas en el contexto del ejercicio físico y el deporte.

Respecto al mantenimiento del ejercicio físico, futuras investigaciones podrían trabajar con poblaciones más homogéneas y/o extender la duración de las intervenciones con el objetivo de observar si con estas variaciones, el apoyo social virtual influye de forma diferente en los niveles de ejercitación de los participantes. Así como complementar el estudio de este tópico con investigaciones de metodología cuantitativa, lo cual ofrecería una comprensión más acertada sobre el tema. Otros estudios podrían investigar la relevancia de complementar el apoyo social virtual con el presencial, o viceversa, para determinar si esta integración de los tipos de apoyo social influiría en los niveles de participación de las actividades físico-deportivas de la población.

Por otra parte, el estudio del apoyo social virtual puede extenderse a otras plataformas como las de mensajería instantánea, apoyadas en el Internet (Whatsapp, WeChat, Telegram, etc.) debido a la popularidad que están alcanzando como medio de comunicación dentro de la población. Además, debido a que el acceso a los medios sociales por medio de aparatos celulares está en aumento, otros comportamientos donde se vincula ambos tipos de plataformas están siendo observados, los cuales merecen ser estudiados. Por ejemplo, un usuario en medios sociales que recibe algún tipo de apoyo

social virtual, puede a su vez transmitirlo a través de las plataformas de mensajería instantánea a otros contactos.

Finalmente, extender el estudio de temas contemporáneos a través de la participación de varias ciencias, ofrecerá a los investigadores la posibilidad de comprender el comportamiento humano de manera integral, al mismo tiempo de que podrán desarrollarse programas de intervención más efectivos, como fue el caso del *marketing* y la Psicología en este proyecto.

Referencias

- Allender, S., Cowburn, G., & Foster, C. (2006). Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: a review of qualitative studies. *Health Educ Res.* 21(6): 826–835.
- Ablondi, J. (2014). The IHRSA Global Report: Global fitness industry overview.
- Adams, J., & White (2004). Why don't stage-based activity promotion intervention work? *Health Education Research*, 20(2), 237-243.
- Alonso Fachado, A., Menéndez Rodríguez, M., González Castro, L. (2013). Apoyo social: Mecanismos y modelos de influencia sobre la enfermedad crónica. *Cuadernos de Atención Primaria*, 19, 118-123.
- Amesty, S. C. (2003). Barriers to physical activity in the Hispanic community. *The Journal Public of Health Policy*, 24, 41-58.
- Anderson, C. B. (2003). When more is better: number of motives and reasons for quitting as correlates of physical activity in women. *Health Education Research*, 18(5), 525-537.
- Anshel, M. H. (2006). *Applied exercise psychology. Applied exercise psychology: A practitioner's guide to improving client health and fitness*. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=uRO7YqlfN8C&oi=fnd&pg=PR7&dq=Anshel,+M.+H.+\(2006\).+Applied+exercise+psychology.+Applied+exercise+psychology:+A+practitioner%27s+guide+to+improving+client+health+and+fitness.+Springer+Publishing+Company.&ots=eG3_bQODpT&sig=h4eBc8SScWtG5J560VDIK1XZ0a0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=uRO7YqlfN8C&oi=fnd&pg=PR7&dq=Anshel,+M.+H.+(2006).+Applied+exercise+psychology.+Applied+exercise+psychology:+A+practitioner%27s+guide+to+improving+client+health+and+fitness.+Springer+Publishing+Company.&ots=eG3_bQODpT&sig=h4eBc8SScWtG5J560VDIK1XZ0a0#v=onepage&q&f=false)
- Aron, S., Nitsche, R. y Rosenbluth, A. (1995). Redes Sociales de Adolescentes: un estudio descriptivo- comparativo. *Psyckhe*, 4, 49-56.

- Asociación Mexicana de Internet (2015). 11º estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015.
- Ball, K., Crawford, D., & Owen, N. (2000). Too fat to exercise? Obesity as a barrier to physical activity. *Australian and New Zealand Journal of Public Health, 24*, 331-333.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy and health behaviour. In A. Baum, S. Newman, J. Wienman, R. West, & C. McManus (Eds.), *Cambridge handbook of psychology, health and medicine* (pp. 160-162). Cambridge: Cambridge University.
- Barra, E. (2004). Apoyo social, estrés y salud. *Psicología y Salud, 14* (2), 237-243.
- Barrera, M., Jr. (1986). Distinctions between social support concepts, measures, and models. *American Journal of Community Psychology, 14*(4), 413-445.
- Barrera Ortiz, L., Carrillo González, G., Chaparro Díaz, L., Afanador, N. y Sánchez Herrera, B. (2011). Soporte social con el uso de TIC's para cuidadores familiares de personas con enfermedad crónica. *Rev. salud pública. 13*(3): 446-457.
- Barrón, A. (1996). *Apoyo social: aspectos teóricos y aplicaciones*. Madrid: Siglo XXI.
- Beaudoin, C., & Tao, C. C. (2007). Benefiting from social capital in online support groups: An empirical study of cancer patients. *CyberPsychology & Behavior, 10*(4), 587-590.
- Berrios, M. (2004). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y los Adolescentes. Algunos Datos*. Universidad de Barcelona, España.
- Biddle, S. (1993). Children, exercise and mental health. *International Journal of Sport Psychology, 24*, 200-216.
- Blair, S.N., Kohl, H.W., Gordon, N.F., & Paffenbarger, R.S. (1992). How much physical activity is for health? *Annual Review of Public Health, 13*, 99-126.
- Blasco, T. (1994). *Actividad Física y Salud*. Barcelona: Martínez Roca.
- Blasco, T., Capdevila, L. y Cruz, J. (1994). Relaciones entre actividad física y salud. *Anuario de Psicología, 61*(2), 19-24.

- Blázquez Manzano, A. y Feu Molina, S. (2012). Motivos de inscripción, permanencia y satisfacción en un programa de actividad física de mantenimiento para mujeres mayores. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 12(1), 79-92.
- Bouchard, C., Shephard, R.J., Stephens, T, Sutton, J.R., & McPherson, B.D.(1990). *Exercise, Fitness and Health. A concensus of current knowledge*. Champaign, Illinois: Human Kinetics Publishers.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Briones, M. R. M., Hernández, M. L., Vargas, M. L. Z., & Mata, L. I. (2009). Pros y contras percibidos de la actividad física realizada por adultos mayores. *Enfermería Universitaria*, 6(3), 8-13.
- Broadhead, W. E., Kaplan, B. H., James, S. A., Wagner, E. H., Schoenbach, V. J., Grimson, R., ... & Gehlbach, S. H. (1983). The epidemiologic evidence for a relationship between social support and health. *American Journal of epidemiology*, 117(5), 521-537.
- Buckworth, J., & Dishman, R. (2002). *Exercise psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Burleson, B., & MacGeorge, E. (2002). Supportive Communication. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (3rd ed., pp. 374–424). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Burton, N. W., Turrell, G., Oldenburg, B., & Sallis, J. F. (2005). The relative contributions of psychological, social, and environmental variables to explain participation in walking, moderate-, and vigorous-intensity leisure time physical activity. *Journal of Physical Activity and Health*, 2(2), 181-196.
- Cabero-Almenara, J., & Gómez, J. I. A. (2003). Presentación: tecnologías en la era de la globalización. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (21), 12-14.

- Cárdenas-Corredor, D. C., Melenge-Díaz, B., Pinilla, J., Carrillo-González, G. M., & Chaparro-Díaz, L. (2010). Soporte social con el uso de las TIC para cuidadores de personas con enfermedad crónica: un estado del arte. *Aquichan*, 10(3), 204-13.
- Cardinal, B. J. (1995). The stages of exercise scale and stages of exercise behavior in female adults. *Journal of Sports Medicine and Physical Fitness*, 35, 87-92.
- Carron, A. V., Hausenblas, H. A., & Estabrooks, P. A. (2003). *The psychology of physical activity (Vol. 1)*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Carta Europea del Deporte (s/f). Recuperado de <http://femp.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>
- Cassel, J. (1976). The contribution of the social environment to host resistance. *American Journal of Epidemiology*, 104, 107–123
- Castelló, A. (2013). La estrategia de medios sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos: sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos. *Dialnet* Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247809>
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). ¿Comunidades virtuales o sociedad red? En M. Castells, *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- Cavallo, D. N., Tate, D. F., Ries, A. V., Brown, J. D., DeVellis, R. F., & Ammerman, A. S. (2012). A social media–based physical activity intervention: a randomized controlled trial. *American Journal of Preventive Medicine*, 43(5), 527-532.
- CDC (1999). Promoción de la actividad física: la mejor inversión en salud pública. *Human Kinetics*, 8-35.
- Cebolla, A., Baños, R., Botella, C., Lurbe, E., y Torró, M. (2011). Perfil psicopatológico de niños con sobrepeso u obesidad en tratamiento de pérdida de peso. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 16(2), 125-134.

- Cenarruzabeitia J.J., Martínez J.A., & Martínez-González, M.A. (2003) Beneficios de la actividad física y riesgos del sedentarismo. *Med Clin (Barc)* 2003; 121(17), 665-672.
- Clark, D. O. (1999). Identifying psychological, physiological, and environmental barriers and facilitators to exercise among older low income adults. *Journal of Clinical Geropsychology*, 5(1), 51-62.
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine*, 38, 300-314.
- Codina, N. y Pestana, J. V. (2010). Valores asociados al tiempo de las mujeres dedicado al deporte. *Revista de Estudios de Ocio/Aisiazko Ikaskuntzen Aildizkaria (ADOZ)/Journal of Leisure Studies*, 33, 43-57.
- Cohen, S. & McKay, G. (1984). Social support, stress and the buffering hypothesis: A theoretical analysis. En A. Baum, J.E. Singer y S.E. Taylor (Eds.), *Handbook of Psychology and Health*, 4, 253-267.
- Cohen, S., & Syme, S. L. (1985). Issues in the study and application of social support. *Social Support and Health*, 3, 3-22.
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310.
- Colado, J. C., Moreno, J. A., y Vidal, J. (2001). Fitness acuático: una alternativa a las gimnasias de mantenimiento. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 62, 68-79.
- Content Marketing Institute (s/f). Recuperado de <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
- Coulson, N. (2005). Receiving social support online: an analysis of a computer-mediated support group for individuals living with irritable bowel syndrome. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 580-584.

- Coulson, N., Buchanan, H., & Aubeeluck, A. (2007). Social support in cyberspace: a content analysis of communication within a Huntington's disease online support group. *Patient Education and Counseling*, 68(2), 173-178.
- Coulson, N., & Knibb, R. (2007). Coping with food allergy: Exploring the role of the online support group. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 145–148.
- Coulson, N. (2005). Receiving Social Support Online: An Analysis of a Computer Mediated Support Group for Individuals Living with Irritable Bowel Syndrome. *CyberPsychology & Behavior*, 8, 580- 584.
- Coulson, N. (2013). How do online patient support communities affect the experience of inflammatory bowel disease? An online survey. *Journal of the Royal Society of Medicine Short Reports*, 4, 1–8.
- Cuesta, P. (2009). Utilización de blogs e wikis na docencia universitria de sistemas multiaxente. *En Experiencia de Innovación Educativa na Universidade (2ª ed.)*. Vigo: Vicerreitoría de Formación e Innovación Educativa, Universidad de Vigo, 95-104.
- Cutrona, C.E. (1986). Behavioral manifestations of social support: a microanalytic investigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 201-208.
- DeAndrea, D. C., Ellison, N. B., LaRose, R., Steinfield, C., & Fiore, A. (2012). Serious social media: On the use of social media for improving students' adjustment to college. *Internet and Higher Education*, 15, 15–23.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. En R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska symposium on motivation: Vol. 38. Perspectives on motivation* (pp. 237-288). Lincoln, NE: University of Nebraska.
- Demiris, G. (2006). The diffusion of virtual communities in health care: concepts and challenges. *Patient education and counseling*, 62(2), 178-188.

- DiClemente, C. C., & Prochaska, J. O. (1985). Processes and stages of change: Coping and competence in smoking behavior change. *Coping and Substance Abuse*, 319-343.
- Dishman, R. K. (1986). Mental Health. En V. Seefeldt (Ed.) *Physical activity and well-being*. American Alliance of Health, Physical Education, Recreation and Dance Publications, (US).
- Dishman, R. K., Vandenberg, R. J., Motl, R. W., & Nigg, C. R. (2010). Using constructs of the transtheoretical model to predict classes of change in regular physical activity: a multi-ethnic longitudinal cohort study. *Annals of Behavioral Medicine*, 40(2), 150-163.
- Doyle, J. (2012). Marketing Research Chart: Top tactics in developing buyer personae. Recuperado de <http://www.marketingsherpa.com/article/top-tactics-in-developing-buyer>
- Dunkel-Schetter, C., Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1987). Correlates of social support receipt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(1), 71.
- Dunkel-Schetter, C., & Bennett, T. L. (1990). Differentiating the cognitive and behavioral aspects of social support.
- Dunn, A.L., Marcus, B.H., Kampert, J.B., García, M.E., Harold, W.K., & Blair, S.N. (1997). Reduction in Cardiovascular Disease Risk Factors: 6-Month Results from Project Active. *Preventive Medicine*, 26, 883-892.
- Eckenrode, J., & Wethington, E. (1990). The process and outcome of mobilizing social support. En S. Duck (Ed.), *Personal relationships and social support*. London: Sage.
- Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. ENSANUT 2012 *Resultados Nacionales*. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública (México), 2012.
- Fentem, P., Bassey, E., & Turnbull, N. (1988). *The new case for exercise*. Londres: Sports Council and Health Education Authority.
- Fernandez, R. (2005). Redes sociales, apoyo social y salud. *Revista de Recerca i Investigació en Antropologia*, 3, 1-14.

- Fernández-Cabrera, T. (2011). Construcción y validación de una escala de autoeficacia para la actividad física. *Revista Española De Salud Pública*, 85(4), 405-417.
- Fernández García, E. (2011). Comprendiendo el abandono del deporte de las chicas adolescentes. *Pensar a Prática, Goiânia*, 14(2), 1-15.
- Fogel, J., Albert, S. M., Schnabel, F., Ditzkoff, B. A., & Neugut, A. I. (2002). Internet use and social support in women with breast cancer. *Health Psychology*, 21(4), 398.
- Folkins, C. H. (1981). Physical Fitness training and mental health. *American Psychologist*, 36, 373-389.
- Fox, K. R. (1999). The influence of physical activity on mental wellbeing. *Public Health Nutrition*, 2, 411-418.
- Fuente, A., Herrero, J., & Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acción Psicológica*, 7(1), 9-15.
- García Ferrando, M. (2006). Posmodernidad y deporte: Entre la individualización y la masificación. Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles 2005. *Consejo Superior de Deportes-Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid*.
- Goldsmith, D. J. (2004). *Communicating social support*. Cambridge University.
- Goñi, E. e Infante, G. (2010). Actividad físico-deportiva, autoconcepto físico y satisfacción con la vida. *European Journal of Education and Psychology*, 3(2).
- Gooden, R., & Winefield, H. (2007) Breast and prostate cancer online discussion boards. A thematic analysis of gender differences and similarities. *Journal of Health Psychology*, 12, 103–114.
- Gorely, T., & Gordon, S. (1995). An examination of the transtheoretical model and exercise behavior in older adults. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17, 312-312.
- Gracia, E. (1997). El apoyo social en la intervención comunitaria. Barcelona: Paidós.

- Greene, J. A., Choudhry, N. K., Kilabuk, E., & Shrank, W. H. (2011). Online social networking by patients with diabetes: a qualitative evaluation of communication with Facebook. *Journal of General Internal Medicine*, 26(3), 287-292.
- Guisantes, I. E (2015). Intervenciones para la creación de hábitos de ejercicio físico en personas con factores de riesgo cardiovascular. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/385280/Tieg1de1.pdf?sequence=2>
- Goulet, L. S. (2012). Friends in all the right places: Social resources and geography in the age of social network sites (Doctoral dissertation, Faculties of the University of Pennsylvania in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy 2012 _____ Dr. Keith N. Hampton Associate Professor of Communication, Rutgers, The State University of New Jersey).
- Gutiérrez JP, Rivera-Dommarco J, Shamah-Levy T, Villalpando-Hernández S, Franco A, Cuevas-Nasu L, Romero-Martínez M, Hernández-Ávila M. (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Resultados Nacionales. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública.
- Hagger, M., & Chatzisarantis, N. (2005). The social psychology of exercise and sport. McGraw-Hill Education (UK).
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 276–297.
- Haskell, W.L. (1984). Overview: Health benefits of exercise. En J.D. Matarazzo, S.M. Weiss, J.A. Herd, N.E. Miller y S.M. Weiss (Eds.), Behavioral Health. A Handbook of hHealth Enhancement and Disease Prevention (p.p. 409-423). New York: John Wiley.
- Hayden, J. A. (2013). *Introduction to health behavior theory*. Jones & Bartlett Publishers.
- Heller, K., & Mansbach, W. E. (1984). The multifaceted nature of social support in a community sample of elderly women. *Journal of Social Issues*, 40(4), 99-112.

- Hernández, B., Haene, J. D., Barquera, S., Monterrubio, E., Rivera, J., Shamah, T., & Campirano, F. (2003). Factores asociados con la actividad física en mujeres mexicanas en edad reproductiva. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 14(4) 235-245. Recuperado de http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892003000900004&lng=pt&nrm=iso&tlng=es
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5ª ed. México: McGraw-Hill.
- Hernandez, S., Pozo, C., Morillejo, E. y Martos, M. (2005). Estructuras y funciones del apoyo social en un colectivo de inmigrantes marroquíes. *Anales de Psicología*, 21, 304-315.
- Herrero, J., Meneses, J., Valiente, L. y Rodríguez, F. (2004). Participación social en contextos virtuales. *Psicothema*, 16(3), 456-460.
- Hobfoll, S. E. & Stokes, J. P. (1988). The processes and mechanics of social support. *British Journal of Social Work*, 2, 29-37.
- House, H. S. (1981). *Work, Stress and Social Support*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Hu, F. B., Manson, J. E., Stampfer, M. J., Colditz, G., Liu, S., Solomon, C. G., & Willett, W. C. (2001). Diet, lifestyle, and the risk of type 2 diabetes mellitus in women. *New England Journal of Medicine*, 345(11), 790-797.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2016). Módulo de práctica deportiva y ejercicio físico. *Boletín de prensa núm. 27/16*.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2015). Estadísticas a propósito del... Día mundial del Internet (17 de mayo). Datos Nacionales.
- Iso-Ahola, S. E., & St.Clair, B. (2000). Toward a theory of exercise motivation. *Quest*, 52, 131-147.
- Jabalera Sierra, P. M., Morey Amer, M. D. M., Rodríguez Bonachera, A. y Sánchez Molina, A. B. (2012). Las redes sociales influyen en el comportamiento de los universitarios. Recuperado

de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/21966/1/ReiDoCrea-Vol.1-Art.12-Jabalera-Monrey-Rodriguez-Sanchez.pdf>

- Jacobs, C., Ross, R. D., Walker, I. M., & Stockdale, F. E. (1983). Behavior of cancer patients: a randomized study of the effects of education and peer support groups. *American Journal of Clinical Oncology*, 6(3), 347-354.
- Janis, I. L., & Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. Free Press.
- Joinson, A. (2007). *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford University Press.
- Juan, F. R., Montes, M. E. G., & Suárez, A. D. (2007). Análisis de las motivaciones de práctica de actividad física y de abandono deportivo en la Ciudad de La Habana (Cuba). *Anales de Psicología*, 23(1), 152-166.
- Kaiser, K. (2009). Protecting respondent confidentiality in qualitative research. *Qualitative Health Research*, 19, 1632–1641.
- Van Den Hoonaard, W. C. (2003). Is anonymity an artifact in ethnographic research? *Journal of Academic Ethics*, 1, 141–151.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, J., & Aspden, P. (1997). Motivations for and barriers to Internet usage: Results of a national public opinion survey. *Internet Research*, 7(3), 170-188.
- Kahn, R.L., & Antonucci, T.C. (1980). Convoys over the life course: Attachment, roles and social support. En P. Baltes y O. Brim (Eds.), *Life Span Development and Behaviour*, 3, 253-286. San Diego, CA: Academic.

- Kiecolt-Glaser, J., Mcguire, L., Robles, T. y Glaser, R. (2002). Emotions, morbidity, and mortality: New perspectives from psychoneuroimmunology. *Annual Review of Psychology*, 53, 83-107.
- Kim, H. (2014). Enacted social support on social media and subjective well-being. *International Journal of Communication*, 8, 21.
- Kimiecik, J. C. (2002). *The intrinsic exerciser: Discovering the joy of exercise*. Houghton Mifflin Harcourt.
- King, A. C., & Frederiksen, L. W. (1984). Low-Cost Strategies for Increasing Exercise Behavior Relapse Preparation Training and Social Support. *Behavior Modification*, 8(1), 3-21.
- Kirk A., Mutrie N., McIntyre P., & Fisher M. (2003). Increasing physical activity in people with type 2 diabetes. *Diabetes Care*, 26, 1186- 1192.
- Kobasa, S. C., & Puccetti, M. C. (1983). Personality and social resources in stress resistance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 839.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. Primera Edición. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Lakey, B., & Cassady, P. B. (1990). Cognitive processes in perceived social support. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(2), 337.
- Ledón L. *Coping processes in people living with Diabetes Mellitus: experiences and challenges*. Poster Discussion. 20th World Diabetes Congress, Montreal. IDF October 18th-22th, 2009.
- Lewis, B.A., Marcus, B.H., Pate, R.R., & Dunn, A.L. (2002). Psychosocial mediators of physical activity behavior among adults and children. *American Journal of Preventive Medicine*, 23(2S), 26-35.
- Lewis, D., Gudwardena, S., & El Saadawi, G. I. L. A. N. (2005). Caring connection: developing an Internet resource for family caregivers of children with cancer. *Computers Informatics Nursing*, 23(5), 265-274.

- Lieberman, M. A., & Goldstein, B. A. (2005). Self-help on-line: an outcome evaluation of breast cancer bulletin boards. *Journal of Health Psychology, 10*(6), 855-862.
- Lin, N., Dean, A., & Ensel, W. M. (Eds.). (2013). *Social support, life events, and depression*. Academic Press.
- Lozada-Tequeanes, A. L., Campero-Cuenca, M. D. L. E., Hernández, B., Rubalcava-Peñafield, L., & Neufeld, L. M. (2015). Barreras y facilitadores para actividad física durante el embarazo y posparto en mujeres pobres de México, *Salud Pública de México, 57*(3), 242-251.
- Macdonald, S. (2015). The 5 Pillars of Successful Content Marketing. *Content Marketing Institute*. Recuperado de <http://contentmarketinginstitute.com/2015/01/5-pillars-successful-content-marketing/>
- Malik, S., & Coulson, N. (2008). The male experience of infertility: a thematic analysis of an online infertility support group bulletin board. *Journal of Reproductive and Infant Psychology, 26*(1), 18-30.
- Malik, S., & Coulson, N. (2010). They all supported me but I felt like I suddenly didn't belong anymore: an exploration of perceived disadvantages to online support seeking. *Journal of Psychosomatic Obstetrics & Gynecology, 31*(3), 140-149.
- Manson JE, Greenland P, LaCroix AZ, Stefanick ML, Mouton CP, ObermanA, et al. (2002). Walking compared with vigorous exercise for the prevention of cardiovascular events in women. *New England Journal of Medicine, 347*, 716-725.
- Maranzano, S. (1997). La natación en la adultez avanzada y en la vejez. *Revista digital EF Deportes. Año 2, N° 8. Buenos Aires*. Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd8/smaran8.htm>
- Marcus, B. H., Selby, V. C., Niaura, R. S., & Rossi, J. S. (1992). Self-efficacy and the stages of exercise behavior change. *Research Quarterly for Exercise and Sport, 63*(1), 60-66.
- Marcus, B. H., & Simkin, L. R. (1993). The stages of exercise behavior. *The Journal of sports*

Medicine and Physical Fitness, 33(1), 83-88.

- Márquez, S. (1995). Beneficios psicológicos de la actividad física. *Revista de Psicología General y Aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 48(1), 185-206.
- Márquez Guzmán, R. (Mayo, 2016). *Diseño de estrategia y línea editorial en redes sociales*. Social Media Symposium [SOMESY16], Mérida, Yucatán, México.
- Martín, J., Sánchez, J. y Sierra, J. (2003). Estilos de afrontamiento y apoyo social: su relación con el estado emocional en pacientes de cáncer de pulmón. *Terapia Psicológica*, 21, 29-37.
- Marshall, S.J., & Biddle, S.J. (2001). The transtheoretical Model of behaviour change: A Meta-Analysis of applications to Physical Activity and Exercise. *Annals of Behavioural Medicine*, 23(4), 229-246.
- Merriam, S. B. (1988). *Investigación con estudios de caso en educación: una aproximación cualitativa*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Miquel Salgado-Araujo, J. L. (1998). Revisión de la literatura actual sobre la continuidad del cambio de conducta en relación a la actividad física. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 54, 66-77.
- Molina, B. (2003). *Las TIC's en los Espacios Familiares*. Universidad de la Frontera, Chile.
- Monteiro, C. A., Conde, W. L., Matsudo, S. M., Matsudo, V. R., Bonseñor, I. M., & Lotufo, P. A. (2003). A descriptive epidemiology of leisure-time physical activity in Brazil, 1996-1997. *Revista Panamericana de Salud Publica*, 14(4), 246-254.

- Moss, G. E. (1973). *Illness, immunity, and social interaction*. New York: Wiley.
- Mullan, E. 2011. What is Content Marketing??. Recuperado de <http://www.econtentmag.com/Articles/Resources/Defining-EContent/What-is-Content-Marketing-78766.htm>
- Nava, R. (2007). Socialización del conocimiento académico con el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC). *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 3, 41-56.
- Nigg, C.R., Geller, K.S., Motl, R.W., Wertin, K.K., & Dishman, R.K. (2011). A research agenda to examine the efficacy and relevance of the transtheoretical model for physical activity behaviour, *Psychology Sport Exercise*, 12(1), 7-12.
- Niñerola, J., Capdevila, L., & Pintanel, M. (2007). Barreras percibidas y actividad física: el autoinforme de barreras para práctica de ejercicio físico. *Revista de Psicología del Deporte*, 15(1).
- Organización Mundial de la Salud. Inactividad física: un problema de salud pública mundial. Recuperado de http://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_inactivity/es/
- Organización Mundial de la Salud (2010). Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud.
- Organización Panamericana de la Salud (2003). En Latinoamérica y el Caribe, más de la mitad de la población es sedentaria. Recuperado de http://www.paho.org/bol/index.php?option=com_content&view=article&id=241:en-latinoamerica-caribe-mas-mitad-poblacion-sedentaria&Itemid=488
- Orihuela, José Luis (2004), "Weblogs: de la revolución a la consolidación", *Revista Latinoamericana de la Comunicación*, 85, 36-41.

- Owen, N, Leslie, E., Salmon, J., & Fotheringham, M. J. (2000). Environmental determinants of physical activity and sedentary behavior. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 28(4), 153-158. Baltimore, Maryland: Lippincott Williams & Wilkins.
- O'Dea, J. A. (2003). Why do kids eat healthful food? Perceived benefits of and barriers to healthful eating and physical activity among children and adolescents. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(4), 497-501.
- Pablo E., Desouza K.C., Schäfer-Jugel A., Kurzawa M. (2006). Business customer communities and knowledge sharing: exploratory study of critical issues. *European Journal of Information Systems*, 15, 511-524.
- Paffenbarger, R.S., Hyde, R.T., Wing, A.L., & Hsieh, C.C. (1986). Physical activity, all cause mortality and longevity of college alumni. *New England Journal of Medicine*, 314, 605-613.
- Pérez, A. M. (2010). El síndrome de burnout. Evolución conceptual y estado actual de la cuestión. *Vivat Academia*, (112), 42-80.
- Pérez Bilbao, J. y Martín Daza, F. (2006). El apoyo social. *Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 439-48.
- Pierce, L., Steiner, V., Govoni, A. L., Hicks, B., Cervantes, T. L., & Friedemann, M. L. (2004). Caregivers pull together and feel connected in caring for persons with stroke. *Journal of Neuroscience Nursing*, 36(1), 32-39.
- Plante, T.G., & Rodin, J. (1990). Physical fitness and enhanced psychological health. *Current Psychology: Research and Reviews* 9, 3-24.
- Plotnikoff, R. C., Hotz, S. B., Birkett, N. J., & Courneya, K. S. (2001). Exercise and the transtheoretical model: a longitudinal test of a population sample. *Preventive medicine*, 33(5), 441-452.

- Powell, K.E. y Paffenbarger, R.S. (1985). Workshop on epidemiologic and public health aspects physical activity and exercise: a summary. *Public Health Reports*, 100(2), 118-126.
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1982). Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change. *Psychotherapy: Theory, research & practice*, 19(3), 276.
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). Self-Change Processes, Self-Efficacy and Decisional Balance Across Five Stages of Smoking Cessation. New York: Alan R Liss.
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1986). Toward a comprehensive model of change. In *Treating addictive behaviors*, 3-27. Springer US.
- Prochaska J., & Velicer W. The transtheoretical model of health behavior change. *American Journal of Health Promotion*, 12, 38-48.
- Prochaska, J.O., DiClemente, C.C., & Norcross, J.C. (1992). In search of how people change: Applications to addictive behaviors. *American Psychologist*, 47(9), 1102-1114.
- Prochaska, J., & Marcus, B. (1994). The transtheoretical model: The applications to exercise. En R. K. Dishman (ed.). *Advances in Exercise Adherence*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Procidano, M. E., & Heller, K. (1983). Measures of perceived social support from friends and from family: Three validation studies. *American Journal of Community Psychology*, 11(1), 1-24.
- Putnam, R. (2002). *Solo en la bolera: Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Ravert R., Hancock M., & Ingersoll G. (2003) Online forum messages posted by adolescents with Type I diabetes. *Diabetes Education*, 30(5), 827-34.
- Reinke, J. y Solheim, C., 2015. Online Social Support Experiences of Mothers of Children with Autism Spectrum Disorder. *Journal of Child & Family Studies*, 24(8), 2364-2373.

- Riebe, D., Blissmer, B., Greene, G., Caldwell, M., Ruggiero, L., Stillwell, K.M., & Nigg, C.R. (2005). Longter maintenance of exercise and healthy eating behaviors in overweight adults. *Preventive Medicine, 40*, 769-778.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Gedisa.
- Rodríguez Garza, B. E. (2002). *Pros y contras percibidos y ejercicio en adultos mayores*. Doctoral disertación, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Rodríguez, Y. M. P., Caro, M. Á. O., Antequera, J. B. e Izquierdo, D. M. (2015). Motivos de práctica de natación en la población adulta de la mancomunidad del norte de Gran Canaria: diferencias entre sexo, grupos de edad e índice de masa corporal. *Movimiento humano, 7*, 79-91.
- Rodríguez-Romo, G., Boned-Pascual, C., & Garrido-Muñoz, M. (2009). Motivos y barreras para hacer ejercicio y practicar deportes en Madrid. *Revista Panamericana de Salud Pública, 26(3)*, 244-254.
- Rosell, M. C., Sánchez-Carbonell, X., Jordana, C. G., & Fargues, M. B. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo, 28(3)*, 196-204.
- Salgado-Araujo, J. L. M. (1998). Revisión de la literatura actual sobre la continuidad del cambio de conducta en relación a la actividad física. *Apuntes. Educación física y deportes, 4(54)*, 66-77.
- Sarason, I. G., Sarason, B. R., & Pierce, G. R. (1994). Relationship-specific social support: Toward a model for the analysis of supportive interactions. In B. R. Burlson, T. L. Albrecht, & I.G. Sarason (Eds.), *Communication of social support. Messages, interactions, relationships, and community*, 91–112. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Secretaria de Salud de Yucatán (2008). Mortalidad Hospitalaria.

- Shinn, M., Lehmann, S., & Wong, N. W. (1984). Social interaction and social support. *Journal of Social Issues, 40*(4), 55-76.
- Shumaker, S. A., & Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: Closing conceptual gaps. *Journal of Social Issues, 40*(4), 11-36.
- Smedley, R., Coulson, N., Gavin, J., Rodham, K., & Watts, L. (2015). Online social support for Complex Regional Pain Syndrome: A content analysis of support exchanges within a newly launched discussion forum. *Computers in Human Behavior, 51*, 53-63.
- STATISTA (s/f). Sportswear / Sporting goods companies ranked by worldwide revenue in 2015 (in billion U.S. dollars)* . Recuperado de <http://www.statista.com/statistics/241885/sporting-goods--sportswear-companies-revenue-worldwide/>
- STATISTA (s/f). Global sports market - total revenue from 2005 to 2017 (in billion U.S. dollars). Recuperado de <http://www.statista.com/statistics/370560/worldwide-sports-market-revenue/>
- STATISTA (s/f). Number of social network users worldwide from 2010 to 2020 (in billions). Recuperado de <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Strawbridge WJ., Deleger S., Roberts RE. & Kaplan GA. (2002). Physical activity reduces the risk of subsequent depression for older adults. *American Journal of Epidemiology, 156*, 328-334.
- Taylor, S. E., Falke, R. L., Shoptaw, S. J., & Lichtman, R. R. (1986). Social support, support groups, and the cancer patient. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 54*(5), 608.
- Trunzo, J., & Pinto, B. (2003). Social support as a mediator of optimism and distress in breast cancer survivors. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 71*, 805-811.

- Uchino, B. N., Cacioppo, J. T., & Kiecolt-Glaser, J. K. (1996). The relationship between social support and physiological processes: a review with emphasis on underlying mechanisms and implications for health. *Psychological Bulletin*, 119(3), 488.
- Valdez Méndez, S. F. (2015). Fomento de la actividad física en México. *Gestión y Política Pública*, 24.
- Vallbona, C. (1997). *Discurso de investidura de Doctor Honoris Causa*. Bellaterra, Barcelona: Servicio de Publicaciones de la UAB.
- Vangelisti, A. L. (2009). Challenges in conceptualizing social support. *Journal of Social and Personal Relationships*, 26(1), 39-51.
- Varo, J.J., Martínez, J.A. y Martínez-González, M.A. (2003). *Beneficios de la actividad física y riesgos del sedentarismo*. *Medicina Clínica* (Barcelona), 121, 665-672.
- Vaux, A. (1985). Variations in social support associated with gender, ethnicity, and age. *Journal of Social Issues*, 41(1), 89-110.
- Vieytes, R. (2004). La recolección de datos en la investigación cualitativa. En R. Vieytes, *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*, 655-667. Buenos Aires, Argentina: Editorial de las Ciencias.
- Villegas, J.A., Franco, J.F., Rodríguez, M.C., Vélez, E.F., Chavarro, N.R. y Ciro, J.A. (2010). *Actividad Física y Salud Cardiovascular: en búsqueda de la relación dosis-respuesta*. Medellín: Corporación para Investigaciones Biológicas.
- Waggener Edstrom and Georgetown University's Center (2012). *Digital Persuasion - Waggener Edstrom*.
- Weinberg, R. S. y Gould, D. (2010). *Fundamentos de psicología del deporte y del ejercicio físico*. Ed. Médica Panamericana. (4 a edición).
- Wei-Chen, T., Gillet, P.A., & Pattillo, R.A. (2005). Applying the Transtheoretical Model to Physical Activity in Family Caregivers in Taiwan. *Public Health Nursing*, 22(4), 299-

310.

Whelton SP., Chin A., Xin X., & He J. (2002). Effect of aerobic exercise on blood pressure: a meta-analysis of randomized, controlled trials. *Annals of Internal Medicine*, 136, 493-503.

White, M., & Dorman, S. M. (2001). Receiving social support online: Implications for health education. *Health Education Research*, 16, 693-707.

Wright, K. (2000). Computer-mediated social support, older adults, and coping. *Journal of Communication*, 50, 100-118.

Writing group of the PREMIER Collaborative Research Group (2003). Effects of comprehensive lifestyle modification on blood pressure control. *Journal of the American Medical Association*, 289, 2083- 2093.

Apéndices

Apéndice A. Entrevista semiestructurada de diagnóstico

Fecha de aplicación: _____ / _____ / 2015

Nombre _____

Tel _____

Edad:

___ Menor de 19 años ___ 20-25 años ___ 26-30 años ___ 31-35 años ___ 36-40 años

1. Actualmente, ¿tiene Ud. alguna cuenta en medios sociales? (Facebook, Twitter, etc.).
___ No (fin del cuestionario)
___ Si ¿Cuál? _____
2. ¿Cuánto tiempo lleva realizando ejercicio físico?
_____ (fin del cuestionario si es más de 6 meses)
3. ¿Con qué frecuencia se ejercita?
4. ¿Qué ejercicio físico realiza actualmente?
5. ¿Por qué eligió este deporte?
6. ¿Ha practicado otro tipo de ejercicio físico?
7. ¿Qué lo animó a realizar ejercicio físico?
8. ¿La práctica de ejercicio físico ha sido continua o la ha abandonado por períodos mayores a un mes?
___ Siempre ha sido continua (pasar a la pregunta 11)
9. ¿Por qué razones abandono en el pasado la práctica de ejercicio físico?
10. ¿Por qué decidió ejercitarse nuevamente?
11. ¿Considera que realizar ejercicio físico tiene ventajas? Si sí, ¿cuáles?
12. ¿ Considera que realizar ejercicio físico tiene desventajas? Si sí, ¿cuáles?
13. ¿Qué es lo más difícil para lograr ser constante en la práctica de ejercicio físico?
14. Actualmente, ¿realiza ejercicio solo o con alguna otra persona? En caso de con alguien ¿Con quién?
15. ¿Considera que las razones (o personas) por las que continua realizando ejercicio físico son diferentes a las de un inicio, han aumentado o han disminuido?

16. En un futuro ¿Cree Ud. que continuará realizando ejercicio físico?
___ Si, ¿Por qué? ___ No , ¿Por qué?
17. Respecto a los medios sociales ¿Con qué frecuencia los consulta?
18. ¿Qué medio social utiliza más?
19. ¿Para qué los utiliza más?
20. ¿Los ha utilizado en relación al ejercicio físico? Si sí ¿De qué forma? Ejemplo: buscar información sobre ejercicio físico/deporte, leer lo que otros contactos publican sobre ejercicio físico/deportes.
___ No (pasar a la pregunta 27)
21. ¿Qué tipo de publicaciones prefiere ver en medios sociales sobre ejercicio físico? (Fotos/Videos, noticias, artículos)
22. Actualmente, ¿pública en sus medios sociales información relacionada con el ejercicio físico que realiza? Si sí ¿Por qué?, ¿De qué tipo (fotos/videos, información sobre el ejercicio físico/deporte, pensamientos, etc.)?
___ No (pasar a la pregunta 27)
23. ¿Sus contactos responden de alguna forma a las publicaciones que Ud. realiza sobre ejercicio físico?
24. ¿Quiénes son los que responden de alguna forma a las publicaciones que Ud. realiza sobre ejercicio físico?
25. ¿Por qué considera que les interesa lo que publica en relación al ejercicio físico?
26. ¿Le gusta que sus contactos muestren interés por sus publicaciones sobre ejercicio físico?
27. Cuando sus contactos en medios sociales realizan publicaciones sobre su ejercicio físico ¿responde Ud. de alguna forma? Si sí ¿Por qué?, ¿De qué forma (comentarios, otorga un "Like" , comparten su información)?
___ No (pasar a la pregunta 30)
28. ¿Por qué razón realiza/demuestra interés por sus publicaciones sobre ejercicio físico?
29. ¿Considera que la información o la respuesta de sus contactos influye para que Ud. continúe realizando ejercicio físico?
30. Actualmente ¿Tiene algún objetivo/meta respecto al ejercicio físico que realiza? Si sí ¿lo ha publicado en sus medios sociales?
___ Si sí (Al finalizar pasar a la pregunta 32)
31. ¿Cuál es el motivo para no hacerlo?

32. En sus medios sociales, ¿Tiene a Antares (acuática) entre sus contactos?
___No (pasar a la pregunta 35)
33. ¿Qué opina de las publicaciones de Antares en medios sociales?
34. ¿Qué le interesa que Antares publique en sus medios sociales?
35. Si Antares hiciera comentarios sobre sus publicaciones de ejercicio físico (comentarios/"Likes"/"Shares") o publicara información sobre su ejercicio físico (comentarios sobre sus avances, fotos, etc.) ¿Cómo cree que se sentiría?
36. ¿Qué otros hobbies/intereses tiene?
37. Actualmente, ¿sufre de alguna enfermedad no transmisible (como diabetes, hipertensión, enfermedades cardiovasculares, sobrepeso, etc.
38. ¿Algún comentario que quisieran hacer?

Apéndice B. Entrevista semiestructurada de evaluación

Fecha de aplicación: _____ / _____ / 2016

Nombre _____

Tel _____

Edad:

____ Menor de 19 años ____ 20-25 años ____ 26-30 años ____ 31-35 años ____ 36-40 años

1. ¿Realiza algún ejercicio físico actualmente?
____ Sí, ¿cuál?
____ No ¿Por qué? (pasar a la pregunta 6)
2. ¿Es el único que realiza actualmente?
3. ¿Con qué frecuencia se ejercita? ¿Ha disminuido o aumentado en los últimos meses?
?
4. ¿La práctica de ejercicio físico ha sido continua o la abandonó en algún momento?
____ Sí, ¿por cuánto tiempo?
____ No (pasar a la pregunta 6)
5. ¿Ha sido fácil o difícil ser constante? ¿Por qué?
6. ¿Considera que existe algún factor externo que haya influido para lograr la constancia?
7. Solo si respondió NO a la pregunta 4 ¿Qué lo motivó a que volviera a ejercitarse?
8. Respecto a las publicaciones de Antares en los medios sociales ¿Qué opina de ellas?

Si no las vio, ¿por qué fue?
9. ¿Hubo alguna que le llamará más la atención?
____ Sí, ¿Por qué?
____ No (pasar a la pregunta 15)
10. ¿Alguna otra?
11. ¿Ha comentado con alguien lo que vio en los medios sociales?
____ No, ¿Por qué?
____ Sí, ¿con quién? ¿Por qué?
12. ¿La motivo a buscar más información sobre algún tema?
13. ¿Considera que estar expuesto a este tipo de publicaciones cambió su percepción, lo que sabía acerca del ejercicio, la natación o algún otro tema relacionado?


14. Qué considera que influye más en Ud. para que practique ejercicio físico ¿qué alguien le haga algún comentario en persona, en los medios sociales? ¿Y para que se mantenga activo físicamente?
15. En un futuro ¿Cree Ud. que continuará realizando ejercicio físico?
___ Si, ¿Por qué? ___ No , ¿Por qué?
16. ¿Se cambiaría de acuática? ¿Por qué?
17. ¿Cambiaría de deporte principal? ¿Por qué?
18. ¿Algún comentario que quisieran hacer?

Apéndice C. Registro de observaciones virtuales

Fecha 15 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	10	2	1	Comentario felicitando al dueño de la acuática.
	INSTAGRAM	10		1	Comentario felicitando a un maestro
	TWITTER				

Fecha 16 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	38	4	1	Comentario felicitando al dueño de la acuática.
	INSTAGRAM	12			Comentario felicitando a un maestro
	TWITTER	1			

Fecha 17 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	24			
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER				

Fecha 18 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
Link al Blog 	FACEBOOK	5	1	1	
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 19 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	40		3	
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER				

Fecha 20 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
Link al Blog <small>Una razón muy buena para no dejar de nadar</small>  <small>La natación, el mejor deporte para bajar de peso antares</small> <small>La natación tiene muchos beneficios sobre la salud. Uno de ellos es que es el deporte más recomendado para aquellas personas que desean perder peso. Por qué...</small> <small>ACQUAFORUM/WWW.WEB.COM</small>	FACEBOOK	17	4		
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER				

Fecha 21 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	33			
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER				

Fecha 22 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	26	2	2	Felicitación a la acuática y duda sobre cuando nadar
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER	1			

Fecha 23 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	12	1	1	
	INSTAGRAM	14			
	TWITTER	1			

Fecha 24 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Link</p> 	FACEBOOK	3			
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER	1			

Fecha 25 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	45	2	2	Comentario felicitando al dueño de la acuática.
	INSTAGRAM	13		1	
	TWITTER	1	1		

Fecha 26 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	3	1	
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER				

Fecha 27 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Link al Blog</p> 	FACEBOOK	6			
	INSTAGRAM	10			
	TWITTER	1			

Fecha 28 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
Link al Blog					
	FACEBOOK	4			
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER				

Fecha 29 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
					
	FACEBOOK	13			
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER				

Fecha 30 de enero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
Link al Blog					
	FACEBOOK				
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER				

Fecha 31 de enero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22			
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER				

Fecha 1 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	15	3	2	
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER				

Fecha 2 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	4	1	1	Comentario felicitando al dueño de la acuática.
	INSTAGRAM	6		2	
	TWITTER				

Fecha 3 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	42	32	1	Aplausos
	INSTAGRAM	17			
	TWITTER				

Fecha 4 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	26	8	1	No me convence / Yo sin saberlo
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER		1		

Fecha 5 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	9	2	1	
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 6 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	11	3	1	Prefiero la fría por las arrugas
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER				

Fecha 7 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	9			
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER	1			

Fecha 8 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Link al Blog</p> 	FACEBOOK	8	1		
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 9 de febrero 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	3		
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER				

Fecha 10 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	27	1		
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER	1			

Fecha 11 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	2	2	Gracias por los tips
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER	1			

Fecha 12 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino

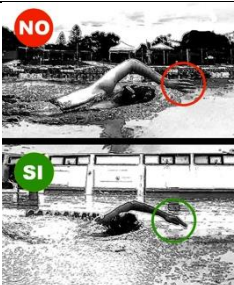
Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>Feliz Día del Nadador</p>	FACEBOOK	45	5	1	Feliz día
	INSTAGRAM	15			
	TWITTER				

Fecha 13 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>NO</p> <p>SI</p>	FACEBOOK	12	4	2	Excelente información
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER	1			

Fecha 14 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>tu y yo... haciendo un aflujo de 500 metros</p> <p>piensalo....</p>	FACEBOOK	43	3	3	
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER	1			

Fecha 15 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>NO</p> <p>SI</p> <p>La mano empuja hacia abajo</p> <p>Codo flexionado</p> <p>La mano empuja hacia atrás</p>	FACEBOOK	18	4	1	
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER	1			

Fecha 16 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	14	2		
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 17 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22		2	Quiero regresar a clases
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 18 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	17	1	1	
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 19 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
Link al Blog					
	FACEBOOK	10		1	
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER				

Fecha 20 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	20	1		
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 21 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22		2	
	INSTAGRAM	14		1	Perfecta descripción
	TWITTER	1			

Fecha 22 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	32	4	1	
	INSTAGRAM	13			
	TWITTER				

Fecha 23 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	11			
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 24 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino

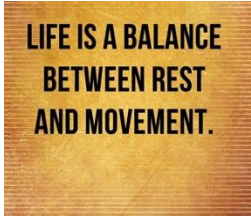
Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	15	5		
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER	1			

Fecha 25 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino

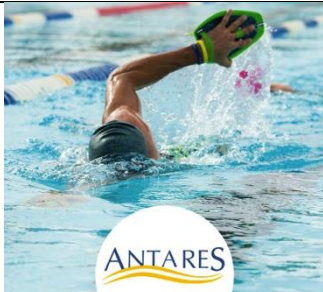
Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	5			
	INSTAGRAM	2			
	TWITTER				

Fecha 26 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	14	1		
	INSTAGRAM	18			
	TWITTER	1			

Fecha 27 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Hay demasiado énfasis en el éxito y en el fracaso pero muy poco en como la persona progresa a través del esfuerzo</p> <p>Matt Blond</p> 	FACEBOOK	8			
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 28 de febrero de 2016

Turno de publicación: Vespertino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>CALENTAR antes de nadar.</p> <p>ANTARES</p>	FACEBOOK	15			
	INSTAGRAM	13		1	
	TWITTER				

Fecha 29 de febrero de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Encontré algo que me encanta y nunca me rendí. Me propuse objetivos propios, no de familiares, entrenadores o amigos, eso mantuvo mi motivación en alto.</p> <p>Michael Phelps</p> 	FACEBOOK	20	2		
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 1 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>PULL BOY</p> <p>ANTARES</p>	FACEBOOK	11	1		
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER	1			

Fecha 2 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
<p>Yo no huyo de los desafíos. Los enfrento porque es la única manera de vencer el miedo y los nervios.</p> <p>Mirela Berthelme</p> 	FACEBOOK	12	3		
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER	1			

Fecha 3 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	9	2		
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 4 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	18	1		
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 5 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	3			
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER	1			

Fecha 6 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	11			
	INSTAGRAM	10			
	TWITTER				

Fecha 7 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	6	1		
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 8 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	7	2		
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 9 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	5	2		
	INSTAGRAM	2			
	TWITTER				

Fecha 10 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

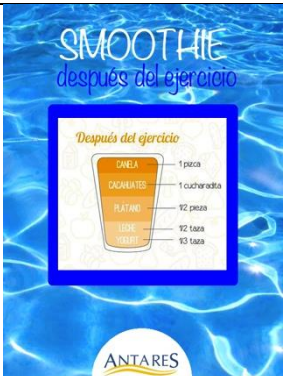
Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	17	1		
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER	9			

Fecha 11 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	10	2	3	
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 12 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	28	1	1	
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER	10			

Fecha 13 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	17	1		
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 14 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	14	2		
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER	1			

Fecha 15 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	26	3	6	
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER	6		1	

Fecha 16 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	15	6	1	Comentario felicitando al dueño de la acuática.
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER	1			

Fecha 17 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	4	1	
	INSTAGRAM	11			
	TWITTER				

Fecha 18 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

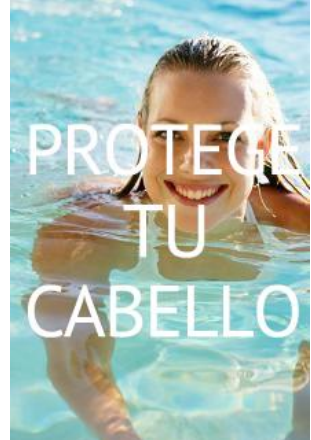
Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	7		
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 19 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

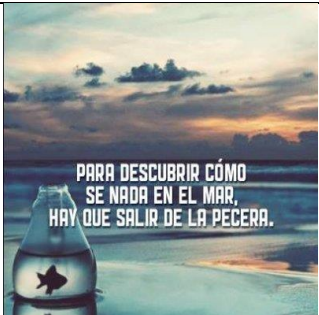
Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	5	2		
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 20 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	15	3		
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 21 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	8		1	Buen tip
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER	1			

Fecha 22 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

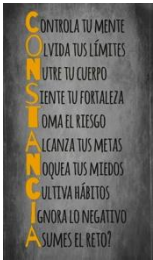
Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	1		
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER	1			

Fecha 23 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	12	2		
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 24 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

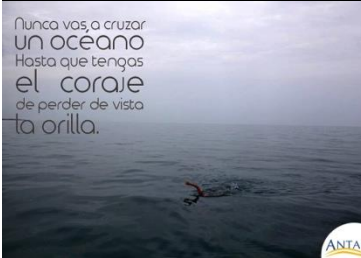
Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	12	3		
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER	1			

Fecha 25 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	30	7	2	
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER	10			

Fecha 26 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

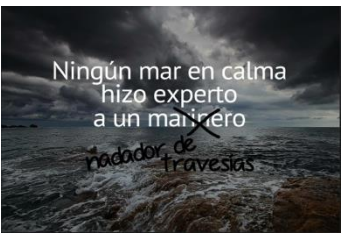
Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	21	8	2	Gracias por el tip
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 27 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	23	2		
	INSTAGRAM	7			
	TWITTER				

Fecha 28 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	8	2		
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER				

Fecha 29 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino

Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	8	1		
	INSTAGRAM	10			
	TWITTER				

Fecha 30 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	22	3		
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER				

Fecha 31 de marzo de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	8	1		
	INSTAGRAM	8	1		
	TWITTER				

Fecha 1 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	12	1		
	INSTAGRAM	3			
	TWITTER				

Fecha 2 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	14	2		
	INSTAGRAM	9			
	TWITTER				

Fecha 3 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>Si tienes tiempo para Facebook, tienes tiempo para hacer ejercicio</p>	FACEBOOK	12	1	1	
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER	1			

Fecha 4 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>SLIM IN A SPLASH</p> <p>Con cada brazada, con cada patada tu cuerpo entero trabaja contra la resistencia del agua, mientras tu cuerpo empieza a moldearse.</p> <p>Utilizas tantos músculos con este deporte que puedes quemar aprox. 700 calorías en una hora, además que demandas un esfuerzo a tu corazón y pulmones.</p> <p>Por ello, perder peso con la natación es de gran ayuda, porque favorece la quema de grasas y también contribuye a tonificar tus músculos, te ayuda a ganar masa muscular.</p> <p>Que mejor ejercicio que la natación</p>	FACEBOOK	14	3		
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 5 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>NO SIEMPRE AMO EL EJERCICIO PERO LO QUE SIEMPRE AMO ES EL RESULTADO</p> <p>ANTARES</p>	FACEBOOK	14	1		
	INSTAGRAM	14			
	TWITTER	1			

Fecha 6 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	4	1		
	INSTAGRAM	4			
	TWITTER				

Fecha 7 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	12	1		
	INSTAGRAM	7		1	
	TWITTER				

Fecha 8 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	21	2	1	Duda sobre diabéticos
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER	8		1	

Fecha 9 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>AGUA ALCALINA</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1/2 vaso con agua • 2 cdas de jugo de limón • o vinagre de manzana orgánico • 1/3 cdita de bicarbonato <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcalinizante (antes de dormir o en ayunas) • Propiedades anti-cancerígenas (antes de dormir o en ayunas) • Digestiva (después de la comida) • Depurativa 	FACEBOOK	4			
	INSTAGRAM	1			
	TWITTER				

Fecha 10 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>La natación puede transformar tu cuerpo</p>	FACEBOOK	20	6		
	INSTAGRAM	12			
	TWITTER				

Fecha 11 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
 <p>No Tengo Tiempo para Hacer Ejercicio</p> <p>Es La Versión Adulta de "El Perro se Comio mi Tarea"</p>	FACEBOOK	9	6		
	INSTAGRAM	6			
	TWITTER				

Fecha 12 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	24	7	7	
	INSTAGRAM	13			
	TWITTER				

Fecha 13 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	1			
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER	1			

Fecha 14 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino


Categoría de apoyo social virtual: Emocional

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	23	5		
	INSTAGRAM	8			
	TWITTER				

Fecha 15 de abril de 2016

Turno de publicación: Matutino

Categoría de apoyo social virtual: Informativo

Publicación	Medios Sociales	Like	Share	Comentarios	Observaciones
	FACEBOOK	17	1		
	INSTAGRAM	5			
	TWITTER				

