

PENSAR EN MOVIMIENTO:
Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud
EISSN: 1659-4436
Vol. 13, No. 1, pp. 1- 8
Cierre al 30 de junio, 2015

LAS REDES SOCIALES EN INTERNET COMO HERRAMIENTA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y LA SALUD: UN RECURSO POCO EXPLORADO CIENTÍFICAMENTE

ONLINE SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR THE PROMOTION OF PHYSICAL ACTIVITY AND HEALTH: A RESOURCE SCIENTIFICALLY FEW EXPLORED

Arián Ramón Aladro Gonzalvo, M. Sc.
arian.aladro@udla.edu.ec

Escuela de Fisioterapia. Universidad de las Américas, Ecuador

Fecha de recepción: 28-07-2014 Fecha de reenvíos: 26-11-2014
Fecha de aceptación: 09-01-2015 Fecha de publicación: 22-04-2015
doi: <http://dx.doi.org/10.15517/pensarmov.v13i1.17194>

Resumen

Aladro, A. (2015). Las redes sociales en internet como herramienta para la promoción de la actividad física y la salud: un recurso poco explorado científicamente. **PENSAR EN MOVIMIENTO: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud**, **13(1)**, 1-8. Debido al alto impacto que están ejerciendo las redes de Internet en la sociedad, se hace imperativo conocer qué aspectos distinguen a las redes sociales virtuales que agrupan a usuarios interesados en recibir información y recursos para mejorar o mantener el cuerpo en buenas condiciones. Este artículo tiene como objetivo comentar sobre la escasa producción científica interesada en estudiar las características y particularidades de las redes sociales virtuales que brindan información, asesoramiento y apoyo en la ejecución, desempeño y promoción de actividades de la salud y el acondicionamiento físico. En particular, se expone la necesidad de conocer la estructura de la red, de los diferentes perfiles de usuarios, tipo de membresía e interacciones, mecanismos de comunicación, representación de la imagen corporal, patrones de asociación, así como, el tamaño de la red de

apoyo, telepresencia, aceptación tecnológica y riesgo percibido en la red. También se propone explorar dos plataformas virtuales que han generado una importante comunidad de *Fitness*, y por último se comentan los problemas recurrentes en el análisis para caracterizar aspectos psicosociales y comunicacionales de los usuarios en el entorno virtual.

Palabras clave: plataforma virtual, red virtual deportiva, red social deportiva, comunidad deportiva, *fitness*, ejercicio físico, salud.

Abstract

Aladro, A. (2015). Online social networks as a tool for the promotion of physical activity and health: a resource scientifically few explored. **PENSAR EN MOVIMIENTO: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud**, **13(1)**, 1-8. Due to the great impact that are exerting the networks in society, it is crucial to know the features that distinguish online social networks bringing together users interested in receiving information and resources to improve or maintain the body in shape. This article aims to comment on the limited research interested in studying the features and particularities of online communities that provide information, advice and support in the execution, performance and promotion of the health and fitness activities. Particularly, it underline about the necessity to know of networks structure, user profiles and peer-to-peer interaction, sort of membership, mechanisms of communication, representation of the body image and patterns of association. Likewise, the size of the support networks, telepresence, technology acceptance and perceived risk on the network. Besides, we recommend exploring two Fitness-related online social networks. Finally, it makes known the recurring problems in the analysis in order to characterize psychosocial and communicative aspects of users in the virtual environment.

key words: virtual platform, health-related online social networks, fitness-related online social networks, digital sport community, sport social network, fitness, exercise, health.

Aun cuando las nuevas tecnologías y las redes sociales virtuales tienden a convertirse en un fenómeno de adicción en los jóvenes (Echeburúa y de Corral, [2010](#)), sus aplicaciones en la última década se ha extendido con un auge vertiginoso en las esferas políticas, económicas y sociales.

Cada vez son más los políticos que acuden a los recursos de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (p. ej. Facebook¹, Twitter², Blogger³), para indicar sus pretensiones políticas y planes de gobierno (Menéndez, [2011](#)).

¹ <https://www.facebook.com/>

² <https://twitter.com/>

³ <http://www.blogger.com.>



Varias organizaciones financieras como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Bolsa de Valores de New York (*New York Stock Exchange*, NYSE por sus siglas en inglés), por solo citar dos ejemplos, tienen presencia sistemática en las redes para brindar datos macroeconómicos o de interés regional.

Las organizaciones empresariales, también utilizan las redes sociales para su gestión interna de *marketing* (Gallo et al., [2011](#)) o simplemente para poder estar en contacto con profesionales del sector (Domínguez, [2010](#)).

Revistas, televisoras, emisoras de radio (García-de-Torres et al., [2011](#)), organizaciones no gubernamentales entre otros muchos medios de difusión y de alcance global tienen su espacio en las redes sociales de Internet, lo que asegura su presencia e impacto en la sociedad.

Las redes sociales también están siendo empleadas por los profesionales de diversos campos de la información (Arroyo-Vázquez, [2009](#); Giménez, [2010](#)). Los docentes e investigadores también comienzan a tener un espacio virtual de interacción académica. Redes como *Research Gate*⁴, *Academia.edu*⁵, *Methodspace*⁶, *Mendeley*⁷ y *Comunidad de la Investigación*⁸, fueron creadas para debatir ideas, intercambiar proyectos y difundir las investigaciones.

El dominio de los medios sociales, además está pasando a ser considerado como una nueva competencia docente con entidad propia (De-Juanas Oliva y Diestro-Fernández, [2012](#); Del Moral y Martínez, [2012](#)). Autores como Gómez-Aguilar, Roses y Farías-Batlle, (2012) han encontrado que los estudiantes presentan una actitud favorable a que los docentes utilicen las redes virtuales como recurso educativo. Asimismo, algunos estudios han documentado con muy buena aceptación, el uso de *Facebook*[®] como escenario de docencia universitaria para aproximar los contenidos de las clases a espacios de relación interpersonal del alumno, con alternancia de flujos de comunicación y optimización en el concepto de movilidad del mensaje en la relación entre el profesor, las y los estudiantes (Túñez y García, [2012](#); Martínez, Corzana y Millán, [2013](#)).

El desarrollo de Internet también ha facilitado la aparición de redes sociales entre pacientes y/o familiares de pacientes que buscan información sanitaria y que comparten experiencias o ponen en común los conocimientos adquiridos a través de cualquier fuente (Ávila de Tomás, Benito-Justel y Beijinho do Rosario, 2013). Debido al incremento y variedad de contextos de este tipo de redes sociales en línea, algunos científicos se han interesado en caracterizarlas (Centola, 2013), y en determinar cómo estas influyen en la difusión de información sobre la salud y cambio en el comportamiento de sus usuarios (Centola, 2011). En el estudio de Banias y Malita, (2011) se subrayan algunos ejemplos interesantes sobre cómo estas redes y las que brindan asesoramiento y apoyo en programas de acondicionamiento físico, están empezando a jugar un papel importante en la vida cotidiana de muchas personas, al motivarlas a cambiar su estilo de vida y permitirles controlar su dieta.

⁴ <https://www.researchgate.net/>

⁵ <http://www.academia.edu/>

⁶ <http://www.methodspace.com/>

⁷ <http://www.mendeley.com/>

⁸ <http://www.vinv.ucr.ac.cr/comunidad/>



Asimismo, se conoce que los espacios públicos urbanos y el deporte son generadores de redes sociales de tipo familiares, de amistades, de inmigración, de *Wellness*, etc. (Puig et al., [2006](#)). Sin embargo, existen escasos estudios que describan las características de este tipo de redes en el entorno virtual y cómo estas desempeñan un papel orientativo importante en la promoción de la actividad física para mejorar la salud.

Uno de los estudios pioneros que evaluó la eficacia de los mecanismos de motivación (hacia un cambio en el estilo de vida) que proporcionan las redes sociales en Internet, fue el desarrollado por Ba y Wang, (2013) al analizar los datos recogidos de *DailyBurn*⁹, uno de los servicios de salud y *Fitness* en línea más populares en los Estados Unidos. El principal incentivo motivador de *DailyBurn*[®] es que otorga premios a los usuarios que cumplen sus metas de *Fitness* según sus actividades logradas con el ejercicio.

Ba y Wang (2013) utilizaron el número de metas logradas con el ejercicio como un indicador del nivel de ejercicio en un usuario. El número de publicaciones para medir la actividad en la red de un usuario. El número de motivadores para medir el tamaño de la red de apoyo que un usuario tiene en la comunidad de *DailyBurn*[®]. Los resultados obtenidos por estos autores indican la existencia de relación entre los logros de *Fitness* de un usuario y su actividad social en línea, y entre el número de factores de motivación y el número de objetivos conseguidos (que específicamente sugiere que los motivadores juegan un papel importante en animar a la gente a hacer más ejercicio). Otros resultados muestran una clara tendencia a que la participación de los jóvenes en la actividad física disminuye a medida que envejecen, mientras que las personas que pagan por los servicios son más propensas a hacer ejercicio en comparación con los que tienen solo una suscripción gratuita.

Recientemente, Centola y van de Rijt (2015) identificaron las preferencias de los usuarios en la formación de contactos en un programa de acondicionamiento físico en línea. Sus resultados indican que los participantes activos muestran indiferencia a la información referente a los niveles de acondicionamiento, ejercicio, preferencias y experiencias de entrenamiento de los demás. Curiosamente, los resultados sugieren que en lugar de ampliar y diversificar sus fuentes de información, la selección de contactos se limita en función de las características que son fuentes comunes de homofilia, como el género, la edad y el Índice de masa corporal.

Al explorar la *Web* encontramos que un espacio muy interesante de estudio es el que se está generando a través de la plataforma de la compañía española con domicilio en Barcelona "*Yesweplay*¹⁰", en la que según su director ejecutivo y cofundador, P. Braun (comunicación personal, Diciembre, 2014) más de 100.000 usuarios, interactúan en esta a través de seis recursos mutuamente incluyentes, a decir:

⁹ <http://dailyburn.com/?s1>

¹⁰ <https://www.yesweplay.com/>



“Búsqueda de actividades deportivas”, que han sido creadas por otros usuarios o por monitores especializados en más de 80 deportes. También, permite organizar las actividades deportivas personales con amigos o con *players* de la zona residencial del usuario.

“Grupos”, este recurso facilita la identificación de grupos de *players* organizados entorno a un interés: clubes deportivos, grupos de trabajadores, comunidades, asociaciones y grupos de estudiantes.

“Players”, en este recurso se filtra a los usuarios por zona de residencia, deporte, sexo y edad.

“Monitores y profesores”, aquí todos aquellos profesionales del deporte que quieran ofrecer sus servicios, se dan a conocer y crean actividades.

“Instalaciones deportivas”, le ofrece a propietarios de clubes la posibilidad de añadir sus instalaciones deportivas a la plataforma, para facilitar la visibilidad de sus instalaciones ante miles de deportistas.

“Torneos y pruebas deportivas”, posibilita la publicación de torneos, eventos y pruebas deportivas.

Yesweplay[®] además, tiene las aplicaciones comunes de las redes virtuales, como el chat y la configuración para perfil de usuario con opciones de selección para datos del deporte preferido y nivel, disponibilidad semanal, etc. A estas aplicaciones se suman la opción de notificación vía correo electrónico o celular, agenda y datos estadísticos que muestran la historia de partidos, últimos compañeros y rivales, partidos ganados, perdidos y empatados, etc.

Otra interesante red en el que se difunde información y recursos para mejorar o mantener el cuerpo en buenas condiciones es *Movimientoimparable*¹¹ hospedada en la plataforma *Facebook*[®] y con un canal en *Youtube*[®] nombrado *Imparable.Tv*¹². Esta red fundada en el año 2011, cuenta con más de 220.000 seguidores en *Facebook*[®] y más de 487.000 suscriptores en *Youtube*[®] con 58.300.000 visualizaciones, por lo que es considerada una de las comunidades virtuales más grande de *Fitness* de Latinoamérica. Los contenidos e interacción en esta red están enfocados sobre todo en temas de culturismo, nutrición, motivación y métodos de entrenamiento.

Frases como las siguientes son mensajes comunes del anfitrión-fundador de esta comunidad en línea:

“La revolución en el mundo del *Fitness* y físicoculturismo está por empezar... ¿Quieres formar parte?”.

“En la vida todos tenemos prioridades, y nuestro cuerpo/salud, debe ser una de ellas. SOMOS IMPARABLES”.

“Mi Misión: Ayudar a 1 MILLON de personas a conseguir el físico fuerte, sano, y definido que siempre han deseado...”.

Por otra parte, en la página de Internet *TopTenReviews*¹³ dedicada a brindar información para tomar confiables decisiones de compra, se pueden encontrar los diez

¹¹ https://www.facebook.com/MovimientoImparable/info?tab=page_info

¹² <https://www.youtube.com/user/themffitness/about>

¹³ <http://online-fitness-services-review.toptenreviews.com/dailyburn-review.html>



servicios de *Fitness* más populares en línea, los cuales constituyen comunidades con una inexplorada población de estudio. De modo que estos ejemplos presentados pueden ser buenos argumentos para que los investigadores se interesen en conocer cómo impactan los entornos sociales de Internet, en las diferentes conductas, motivaciones y actitudes apegadas al *Fitness* como estilo de vida.

El análisis de la estructura de la red (p. ej. elitistas y pluralistas), de los diferentes perfiles de usuarios (p. ej. edad y género), tipo de membresía (p. ej. pagada o gratis) e interacciones, mecanismos de comunicación, representación de la imagen corporal, patrones de asociación (p. ej., intereses, motivaciones y aspiraciones), así como, el tamaño de la red de apoyo (p. ej. número de motivadores y pares), telepresencia (p. ej. número de publicaciones o actividades de ejercicio rastreadas), aceptación tecnológica y riesgo percibido en la red etc., brindará relevante información para entender por qué los entornos virtuales sociales en el que se dialoga, se recibe y comparte información y recursos relacionados con el *Fitness*, continúan ganando cada vez más seguidores.

Sin embargo, es importante considerar que el análisis de las características y la dinámica de comportamiento en las redes sociales de *Fitness* en línea, se verá afectado por un gran número de factores (Shalizi y Thomas, 2011) que pueden limitar la identificación de mecanismos sociales que subyacen de la dinámica observada. Por ello, autores como Centola y van de Rijdt (2015) han estudiado el fenómeno *in situ*, empleando diseños aleatorizados y controlados con el fin de aislar e identificar los patrones de asociación entre usuarios, los cuales se ven afectados por la influencia social y exógena, la exclusión jerárquica, amigos que presentan a otros amigos, así como por otros factores confusos de agrupación organizativa.

Por último, consideramos que este tema debe animar a la comunidad científica, así como a los proveedores de servicios de salud y *Fitness* en línea, para que investiguen más a fondo la eficacia de las herramientas que las redes sociales en Internet brindan para fomentar la salud y la forma física de las personas. El hecho de estudiar y monitorizar las iniciativas de fomento de la actividad física, que tienen su origen en espacios públicos virtuales, puede ser útil para identificar posibles áreas de actuación, valorar el uso de intervenciones conductuales basada en Internet, generar conocimientos sobre el diseño de mecanismos de motivación para un cambio en el estilo de vida de las personas, analizar el éxito de programas en línea destinados a incrementar los niveles de actividad física y evaluar la adopción de los niveles de actividad física recomendados para la salud.

No hay un solo tema científico que no pueda ser explicado a nivel popular. (Carl Sagan).

Referencias

Arroyo-Vázquez, N. (2009). El uso profesional de las redes sociales. *Anuario ThinkEPI*, 3, 145-152. Recuperado de <http://www.thinkepi.net/el-uso-profesional-de-las-redes-sociales>



- Ávila de Tomás, J. F., Benito-Justel, F. & Beijinho do Rosario, R. F. (2013). El e-paciente. *FMC - Formación Médica Continuada en Atención Primaria*, 20(10), 602-607. Recuperado de [http://dx.doi.org/10.1016/S1134-2072\(13\)70673-X](http://dx.doi.org/10.1016/S1134-2072(13)70673-X).
- Ba, S. & Wang, L. (2013). Digital health communities: The effect of their motivation mechanisms. *Decision Support Systems*, 55, 941–947. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.2013.01.003>
- Banias, P. & Malita, L. (2011). Can we use sport, web 2.0 and social & informal learning to develop & enhance social competences? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 628–632. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.03.153>
- Centola, D. (December, 2011). An experimental study of homophily in the adoption of health behavior. *Science*, 334, 1269-1272. doi: <http://dx.doi.org/10.1126/science.1207055>
- Centola, D., (2013). Social Media as a Tool in Medicine. Social media and the science of health behavior. *Circulation*, 127, 2135-2144. doi: <http://dx.doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.112.101816>
- Centola, D. & van de Rijt, A. (2015). Choosing your network: Social preferences in an online health community. *Social Science & Medicine* 125, 19-31. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.05.019>
- De-Juanas, A., & Diestro, A. (mayo-agosto, 2012). Empleo de los medios sociales en educación superior: una nueva competencia docente en ciernes. *REDU. Revista de Docencia Universitaria*, 10(2), 365-379. Recuperado de <http://red-u.net/redu/index.php/REDU/article/view/365>
- Del Moral, M. E. , & Martínez, L. V. (2012). Presencia de los futuros maestros en las redes sociales y perspectivas de uso educativo. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-RELATEC*, 11(1), 41-51. Recuperado de <http://mascvux.unex.es/revistas/index.php/relatec/article/view/843>
- Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>
- Echeburúa, E., & de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. Recuperado de <http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>



- García-de-Torres, E., Yezers' ka, L., Rost, A., Calderín, M., Edo, C., Rojano, M., ...& Corredoira, L. (november-december, 2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios Iberoamericanos. *El profesional de la información*, 20(6), 611-620. doi: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>
- Gallo, A., Orihuela, J. L., Paniagua, J., Villanueva, J., Villanueva, J., & Ziskind, J. (2011). *Los medios sociales en España: la visión de la alta dirección*. Recuperado de <http://dogcomunicacion.com/wp-content/uploads/IESE-Social-Media.pdf>
- Giménez, D. (juny, 2010). Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (24). Recuperado de <http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>
- Gómez-Aguilar, M., Roses, S. & Farias-Batlle, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 38(19),131-138. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- Martínez,, R., Corzana, F. y Millán, J. (2013). Experimentando con las redes sociales en la enseñanza universitaria en ciencias. *Revista Eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias*, 10(3), 394-405. Recuperado de http://reuredc.uca.es/index.php/tavira/article/viewFile/393/pdf_141
- Menéndez, M. (2011). Las redes sociales y su efecto político. *Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 89, 74-83. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3809402>
- Puig, N., Vilanova, A., Camino, X., Maza, G., Pasarello, M., Juan, D., & Tarragó, R. (2006). Los espacios públicos urbanos y el deporte como generadores de redes sociales. El caso de la ciudad de Barcelona. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 84, 76-87. Recuperado de <http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=130>
- Shalizi, C. R. & Thomas, A. C. (2011). Homophily and contagion are generically confounded in observational social network studies. *Sociological Methods & Research*,. 40(2), 211-239. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0049124111404820>
- Túñez, M., & García, J. S. (2012). Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Píxel-Bit: Revista de medios y educación*, (41), 77-92. Recuperado de <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/06.pdf>

