

**Perfeccionismo y consumo de contenido Fitspiration:
Un estudio mixto realizado en jugadoras de Hockey sobre césped**

**Perfectionism and consumption of Fitspiration content:
A mixed Study on female Field Hockey players**

**Perfeccionismo e consume de conteúdo Fitspiration:
Um estudio misto em jogadoras de Hóquei em campo**

Micaela Victoria Potes¹ y Carola Rezza²

Recibido: 21 de enero de 2025

Aprobado: 13 de marzo de 2025

Publicado: 28 de marzo de 2025

Consideraciones éticas: Esta investigación fue realizada respetando los lineamientos éticos. Los sujetos brindaron su consentimiento de forma escrita, y accedieron a participar de manera voluntaria. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato, y se preservó su identidad conforme a la Ley 25.326.

Declaración de conflicto de intereses: Las autoras declaran que esta investigación se llevó a cabo en ausencia de cualquier relación comercial y/o financiera que pudiera considerarse como un potencial conflicto de intereses.

Financiamiento: Esta investigación no recibió financiamiento.

¹ Pontificia Universidad Católica Argentina
<https://orcid.org/0000-0001-7155-3292>
michaelapotes@uca.edu.ar

² Pontificia Universidad Católica Argentina
<https://orcid.org/0009-0007-9886-2424>

RESUMEN

El perfeccionismo es una característica habitual entre los deportistas. En un contexto cultural atravesado por las redes sociales surgen las cuentas fitspiration y los fitfluencers, los cuales pueden ser fuente de inspiración o presión para los atletas. La presente investigación se propuso explorar la relación entre el perfeccionismo y el consumo de contenido fitspiration en Instagram en jugadoras de hockey sobre césped argentinas de entre 18 y 25 años. Se llevó a cabo un estudio de corte mixto, de diseño no experimental, transversal y con un alcance descriptivo, exploratorio y correlacional. En una muestra de 101 participantes, se administró un cuestionario ad-hoc, la escala Almost Perfect Scale-Revised (APS-R) y se realizaron entrevistas semiestructuradas. Como conclusión, se observó que el 40,6% de las participantes posee un perfil perfeccionista, el 67,5% consume contenido fitspiration en Instagram y el 45,6% refiere acceder a dicho contenido con frecuencia. Se encontró una correlación positiva entre el perfil perfeccionista y el consumo de este contenido, pero no fue significativa. El análisis cualitativo permite vislumbrar que el verse y sentirse mejor es la principal motivación de las jóvenes para consumir contenido fitspiration, aunque reconocen que la inspiración puede convertirse en una presión que podría desencadenar en trastornos alimentarios.

Palabras clave: perfeccionismo; Instagram; deportistas; fitspiration; fitfluencer.

ABSTRACT

Perfectionism is a common characteristic among athletes. In a cultural context crossed by social networks, fitspiration accounts and fitfluencers emerge, which can be a source of inspiration or pressure for athletes. The present research aimed to explore the relationship between perfectionism and the consumption of fitspiration content on Instagram in Argentine female field hockey players between 18 and 25 years old. A mixed study was carried out, with a non-experimental, cross-sectional design and with a descriptive, exploratory and correlational scope. In a sample of 101 participants, an ad-hoc questionnaire, the Almost Perfect Scale-Revised (APS-R), was administered and semi-structured interviews were conducted. In conclusion, it was observed that 40.6% of the participants have a perfectionist profile, 67.5% consume fitspiration content on Instagram and 45.6% report accessing said content frequently. A positive correlation was found between the perfectionist profile and the consumption of this content, but it was not significant. The qualitative analysis allows us to observe that looking and feeling better is the main motivation of young women to consume fitspiration content, although they recognize that inspiration can become a pressure that could trigger eating disorders.

Keywords: perfectionism; Instagram; athletes; fitspiration; fitfluencer.

RESUMO

O perfeccionismo é uma característica comum entre os atletas. Num contexto cultural atravessado pelas redes sociais, surgem contas de fitspiration e fitfluencer que podem ser fonte de inspiração ou pressão para os atletas. O objetivo desta pesquisa foi explorar a relação entre o perfeccionismo e o consumo de conteúdo fitspiration no Instagram em jogadores argentinos de hóquei em campo entre 18 e 25 anos. Foi realizado um estudo misto, de desenho não experimental, transversal e de abrangência descritiva, exploratória e correlacional. Numa amostra de 101 participantes, foi aplicado um questionário ad hoc, Quase Perfect Scale-Revised (APS-R), e realizadas entrevistas semiestruturadas. Concluindo, observou-se que 40,6% dos participantes possuem perfil perfeccionista, 67,5% consomem conteúdo fitspiration no Instagram e 45,6% relatam acessar esse conteúdo com frequência. Foi encontrada correlação positiva entre o perfil perfeccionista e o consumo desse conteúdo, mas não foi significativa. A análise qualitativa permite vislumbrar que parecer e sentir-se melhor é a principal motivação das jovens para consumir conteúdos fitspiration, embora reconheçam que a inspiração pode se tornar uma pressão que pode desencadear transtornos alimentares.

Palavras-chave: perfeccionismo; Instagram; atletas; fitspiration; fitfluencer.

Introducción

El perfeccionismo constituye una característica habitual entre los deportistas (Pineda-Espejel et al., 2017). Se asocia al establecimiento de altos estándares, acompañados de una evaluación muy crítica del desempeño (Madigan et al., 2017). Los sujetos con estándares excesivamente altos y que tienden a ejercer autopresión para ser perfectos, tienen mayor probabilidad de hacer un uso problemático de Internet y de las redes sociales (Casale et al., 2016).

La tendencia de fitspiration en Instagram, por su parte, se asocia a la difusión de imágenes y mensajes que buscan motivar un estilo de vida más saludable a partir de cambios en la alimentación y rutinas de ejercicio físico. Desde esta perspectiva, el cuerpo ideal es aquel con bajos niveles de grasa corporal y con desarrollo de masa muscular (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Para algunos autores (Cataldo et al., 2021; Slater et al., 2017), esta tendencia podría resultar potencialmente dañina, dado que está asociada a la promoción de cuerpos hegemónicos, esbeltos, tonificados y, en ocasiones, irreales. Los mensajes que allí se divulgan pueden ser inductores de culpa, de estigmatización del peso, enfatizar la alimentación restrictiva y el exceso de ejercicio físico. La exposición constante y frecuente a este tipo de contenidos podría resultar en una amenaza en mujeres perfeccionistas, cuya imagen corporal se ve afectada al comparar sus cuerpos con los cuerpos *perfectos* de Instagram (McComb & Mills, 2021). Un estudio realizado por Pilgrim & Bohnet-Joschko (2019) ha demostrado que el grupo que se siente más atraído a cuentas con contenido fitspiration son mujeres jóvenes con baja autoestima, depresión, perfeccionismo y/o aquellas para quienes la delgadez es un ideal de belleza o que valoran la alimentación saludable y el ejercicio físico.

A raíz de lo expuesto, esta investigación se propuso explorar la relación entre el perfeccionismo y el consumo de contenido fitspiration en Instagram en jugadoras de hockey sobre césped de entre 18 y 25 años del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Argentina. Para ello, se llevó a cabo un estudio de corte mixto, de diseño no experimental, transversal y con un alcance descriptivo, exploratorio y correlacional.

Marco Teórico

El perfeccionismo

Tradicionalmente se ha definido al perfeccionismo en base a sus características esencialmente negativas y patológicas (Helguera & Oros, 2018). De acuerdo con Burns (1980, citado en Macía et al., 2015), los perfeccionistas pueden ser descritos como aquellos sujetos que se esfuerzan compulsivamente hacia metas imposibles, evaluando su propio valor exclusivamente en términos de productividad y logros. A su vez, Patch (1984, citado en Lo y Abbott, 2013) señala que el perfeccionismo está vinculado a estándares excesivamente altos de desempeño personal y una preocupación desmedida por la desaprobación de otros, dando como resultado poca tolerancia a la frustración y al fracaso.

En los '70 Hamachek (1978) distinguió entre perfeccionismo normal y perfeccionismo neurótico. El primero se acompaña de auto expectativas exigentes pero realistas, con flexibilidad en la búsqueda del éxito, admisión de errores, motivación por el esfuerzo, que producen satisfacción. El segundo se caracteriza por metas poco realistas, impulsadas por el miedo a fallar y evaluación crítica del comportamiento y desempeño. Para estos sujetos, cualquier resultado menor a la excelencia absoluta, es considerado un fracaso (Hellmann, 2016).

Estudios más recientes sobre la temática se han centrado en la naturaleza multidimensional del constructo. La *Almost Perfect Scale* (Slaney et al., 2001) distingue entre sujetos perfeccionistas y no perfeccionistas. Al mismo tiempo, clasifica a los perfeccionistas en adaptativos y disfuncionales, de acuerdo con dos dimensiones evaluables: los estándares de rendimiento, y la discrepancia percibida entre el rendimiento pretendido y el desempeño real. Los perfeccionistas disfuncionales tienen estándares muy elevados de desempeño y autocrítica severa, por lo que tienden a percibir discrepancias entre su desempeño real y el pretendido. Por el contrario, los perfeccionistas adaptativos tienen menor nivel de autocrítica y mayor tolerancia al fracaso, a pesar de mantener estándares de rendimiento similares a los perfeccionistas disfuncionales. Por último, los individuos no perfeccionistas son aquellos que presentan estándares de rendimiento y autocrítica más bajos que los dos anteriores (Helguera & Oros, 2018; Wang et al., 2016).

Mientras que el perfeccionismo adaptativo se ha visto asociado a mayores niveles de felicidad, satisfacción, calidad de vida, bienestar psicológico y autoestima (Liang et al., 2021), el perfeccionismo disfuncional está asociado a un gran número de problemas clínicos (Helguera & Oros, 2018).

La búsqueda del cuerpo perfecto

La apariencia física es un dominio en el que los sujetos pueden ser perfeccionistas (McComb & Mills, 2021; Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Las características físicas y estéticas que se consideran deseables responden a un determinado contexto socio-histórico-cultural (Torres Sornosa, 2018).

A principios del siglo XX, el ideal de belleza femenino se caracterizaba por figuras curvilíneas y voluptuosas, personificadas por la famosa *chica Gibson*. Esta tendencia representaba la feminidad y la elegancia, destacando una cintura estrecha y pechos prominentes. Sin embargo, con la llegada de los años '20, la sociedad fue influenciada por la imagen de la *chica flapper*, desafiando las normas establecidas al presentar una apariencia más andrógina y liberada. En los años '60, surgieron las supermodelos, mujeres con belleza extraordinaria y cuerpos esbeltos que establecieron nuevos estándares y se convirtieron en íconos de moda y referencia de belleza para la sociedad. Los medios de comunicación masivos jugaron un papel crucial en la difusión y el establecimiento de estos ideales. A través de revistas, películas y más tarde la televisión, se promovieron imágenes estereotipadas y aspiracionales que moldearon la percepción de la belleza.

El ideal de belleza femenino actual se ha vuelto cada vez más estandarizado y homogéneo, con

enfoque en la delgadez, el tono muscular y la apariencia atlética (Tiggemann & Zaccardo, 2015). El cuerpo perfecto difundido en las redes sociales empuja a los sujetos a compararse constantemente. Si el sujeto concluye que su cuerpo discrepa de ese ideal, experimenta un profundo malestar que resulta en una insatisfacción con su propio cuerpo (Fernández-Bustos et al., 2015; McComb & Mills, 2021).

Los deportistas tienden a presentar mayor riesgo de insatisfacción corporal, especialmente las mujeres, quienes se preocupan por su peso y su apariencia física independientemente del deporte que practiquen (de Sousa Fortes et al., 2014; Reina et al., 2019). Según Contreras et al. (2020) las mujeres que practican deporte tienen mayor probabilidad de sentirse insatisfechas con su propio cuerpo, respecto de aquellas que no lo hacen. En el caso del hockey sobre césped, la capacidad de realizar movimientos rápidos, potentes y precisos durante el juego resulta crucial. De modo que el énfasis recae en el rendimiento deportivo y las habilidades necesarias en el campo. Sin embargo, los jugadores no quedan exentos de aspirar a cuerpos atléticos y en forma. Este deporte se caracteriza por el desarrollo de músculos fuertes en las piernas y el tren superior, necesarios para un rendimiento óptimo en términos de velocidad, cambios de dirección, habilidades técnicas y potencia de disparo (Reilly & Borrie, 2012).

El consumo de contenido fitspiration

Instagram se ha vuelto una de las redes sociales más utilizadas por los influencers. Estos se posicionan como líderes de opinión, adquiriendo credibilidad e influenciando el comportamiento de sus seguidores (Gómez-Nieto, 2018). Los denominados *fitfluencers* son influencers que comparten imágenes y mensajes con contenido fitspiration, con el objetivo de motivar a sus seguidores a hacer ejercicio físico, a comer sano y a seguir un estilo de vida más saludable (Slater et al., 2017). El contenido típico de las cuentas fitspiration incluye selfies e imágenes de cuerpos que subrayan los cambios físicos obtenidos gracias al estilo de vida que promueven (Carrotte et al., 2017). Originalmente, la tendencia fitspiration surge como una suerte de antídoto a la tradicional tendencia en redes denominada thinspiration, que en español se traduce como “inspiración delgada”, y consiste en una peligrosa apología a la delgadez extrema, en tanto que promueve la pérdida de peso a través de trastornos alimentarios, a fin de conseguir cuerpos ultradelgados y huesudos (Ghaznavi & Taylor, 2015). No obstante, en términos de ideal de belleza, el cuerpo esbelto y extremadamente delgado que se promueve en la thinspiration, comparte muchas características con el cuerpo ideal difundido en la fitspiration, con la diferencia que la actual tendencia agrega una dimensión adicional: la musculatura moderada (Slater et al., 2017). Un análisis de contenido de estas cuentas ha demostrado que la mayor parte de las imágenes publicadas representaban principalmente a mujeres. El 25% de las imágenes mostraban sujetos realizando actividad física, el 19% contenía comida saludable: como frutas, ensaladas o batidos de proteínas, y el 56%, imágenes con frases inspiradoras, estadísticas, equipos de gimnasia y ropa de ejercicio (Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Investigaciones recientes (Carrotte et al., 2017; Slater et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2015) sugieren que estos contenidos, a pesar de promover un estilo de vida saludable, pueden resultar estresantes para algunos consumidores, pues activan conductas y pensamientos

perniciosos, tales como ejercicio compulsivo, insatisfacción con la imagen corporal, cosificación, ansiedad relacionada con la apariencia, síntomas depresivos, baja autoestima, excesivo control en los hábitos alimentarios, uso de fármacos potenciadores, entre otros. Se ha observado que, para algunos, las cuentas con contenido fitspiration resultan positivas, en tanto que motivan a trabajar duro para conseguir un estilo de vida saludable, lo que produce satisfacción. No obstante, para otros, el recorrido para conseguir esa perfección está teñido por pensamientos y comportamientos desadaptativos (Hellman, 2016).

Aunque ciertos tipos de personalidades son más vulnerables a esta exposición, como es el caso de las mujeres perfeccionistas (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019), múltiples investigaciones dan cuenta de cómo el contenido fitspiration impacta sobre las mujeres jóvenes. Un estudio realizado por Rodgers et al. (2020), exploró la percepción de mujeres jóvenes sobre los mensajes de motivación y los modelos de rol de fitspiration en Instagram. Los resultados indicaron que los modelos de rol podrían aumentar la comparación social y la insatisfacción corporal. En esta misma línea, McComb & Mills (2021) investigaron el impacto de la exposición a contenido fitspiration en mujeres jóvenes, en relación con la satisfacción corporal y la autoconfianza. Los resultados mostraron que las jóvenes con niveles más elevados de perfeccionismo presentaron mayor insatisfacción corporal y menor autoconfianza por sobre aquellas con niveles más bajos de perfeccionismo. Fruhauf et al. (2024), se propusieron analizar la percepción del contenido de fitspiration en adolescentes austríacos, y cómo esto impacta en su comportamiento y bienestar relacionados con la salud. Como conclusión, observaron que existen discrepancias al respecto dado que, si bien en algunos casos resultó ser una fuente de motivación para realizar ejercicio físico y llevar una alimentación consciente, en otros casos trajo consecuencias negativas en la salud física y mental como consecuencia de la constante comparación.

Para finalizar, cabe resaltar que el logro de un cuerpo delgado y atlético va acompañado de cambios en los hábitos alimentarios. El problema se presenta cuando se adoptan regímenes como el vegetarianismo o el veganismo, o incluso, cuando se incorporan patrones restrictivos sin la supervisión médica correspondiente, lo cual puede derivar en trastornos de la alimentación o problemas de salud a largo plazo (Lin & Liang, 2021). Algunos investigadores sugieren que la exposición a este tipo de contenidos conduce a esta clase de prácticas dado que suelen mostrar imágenes de alimentos considerados saludables, influyendo en la elección de estos y en la percepción de las jóvenes sobre lo que consideran una dieta sana (Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Objetivos e Hipótesis

Objetivo general: Explorar la relación entre el perfeccionismo y el consumo de contenido fitspiration en Instagram en jugadoras de hockey sobre césped de entre 18 y 25 años del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Argentina.

Objetivos específicos:

1. Determinar el perfil de perfeccionismo en la población estudiada.

2. Identificar la cantidad de cuentas fitspiration que siguen y la frecuencia de acceso a estas.
3. Establecer si existe correlación entre el perfil perfeccionista y la cantidad de cuentas fitspiration que siguen en Instagram.
4. Explorar las motivaciones de la población estudiada en el consumo de contenido fitspiration.
5. Indagar sobre el impacto del contenido promovido en las cuentas fitspiration sobre los hábitos alimentarios en la población estudiada.

Hipótesis: Existe una correlación significativa entre el perfil perfeccionista y el consumo de contenido fitspiration en Instagram.

Metodología

Diseño: Se llevó a cabo una investigación mixta, de diseño no experimental, transversal y con un alcance descriptivo, exploratorio y correlacional (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

Participantes: La selección de la muestra (ver Tabla 1) fue no probabilística y estuvo conformada por un total de 101 jugadoras de hockey sobre césped de entre 18 y 25 años (M=21,31; DE= 1,98) que, al momento de la administración, refirieron estar entrenando activamente. Asimismo, se consideró como criterios de inclusión que tuvieran una cuenta activa en Instagram y que residieran en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Respecto de la edad, la variabilidad relativa (CV) fue del 9,33%, lo que sugiere que los valores individuales en el conjunto de datos no difieren significativamente de la media, indicando una distribución más homogénea y uniforme de la edad entre las participantes. Con una confianza del 95%, la edad promedio se estimó entre los 21 a 31 años.

Tabla 1
Distribución según la edad

| Edad en años | Cantidad de sujetos | Porcentaje (%) |
|--------------|---------------------|----------------|
| 18 | 11 | 10,9 |
| 19 | 9 | 8,9 |
| 20 | 14 | 13,9 |
| 21 | 21 | 20,8 |
| 22 | 19 | 18,8 |
| 23 | 11 | 10,9 |
| 24 | 9 | 8,9 |
| 25 | 7 | 6,9 |

Nota. Elaboración propia.

En relación con el lugar de residencia (ver Tabla 2), aproximadamente el 44% (n=44) refirió estar viviendo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), mientras que aproximadamente el 56% (n=57) restante se encontraba viviendo en la zona del Gran Buenos Aires (GBA).

Tabla 2
Distribución según lugar de residencia

| Lugar de residencia | Cantidad de personas | Porcentaje (%) |
|---------------------|----------------------|----------------|
| CABA | 44 | 43,6 |
| GBA | 57 | 56,6 |

Nota. Elaboración propia.

Instrumentos:

En primer lugar, se elaboró *un cuestionario ad-hoc* que permitía, por un lado, recopilar datos sociodemográficos como edad y lugar de residencia; y, por el otro, recabar información relevante respecto al uso de Instagram. Se confeccionaron tres preguntas para conocer: tiempo promedio dedicado a la red social, cantidad de cuentas fitspiration seguidas y frecuencia de acceso a contenido fitness. Para las dos primeras, las participantes debían indicar libremente su respuesta expresada en números. Para la tercera pregunta se utilizó una escala tipo Likert con opciones de respuesta que iban del 1 al 5, siendo 1=siempre, y 5=nunca. Los datos recopilados permitieron realizar un análisis más detallado de los patrones de uso de Instagram por parte de las participantes.

En segundo lugar, se utilizó la versión argentina adaptada y validada por Arana et al. (2009) de la *escala Almost Perfect Scale-Revised (APS-R)*. Esta escala está compuesta por 23 ítems con formato de respuesta tipo Likert que puntúa del 1 al 7, en el que 1=fuertemente en desacuerdo, y 7=fuertemente de acuerdo. A su vez, esta escala presenta tres subescalas: Altos Estándares (AE), Orden (O) y Discrepancia (D). La primera subescala está compuesta por 7 ítems, y evalúa la presencia de estándares elevados de desempeño. La segunda subescala está conformada por 4 ítems, y mide la preferencia por el orden y la pulcritud. La tercera y última subescala está constituida por 12 ítems, y evalúa el grado en que los participantes se perciben a sí mismos como incapaces para alcanzar sus propios estándares de desempeño. La versión argentina de la APS-R presentó indicadores adecuados de validez y confiabilidad. Se evaluó la consistencia interna de la escala total y de las subescalas, y los resultados mostraron un coeficiente Alpha de Cronbach de 0.887, lo que sugiere un nivel adecuado de homogeneidad de la escala e indica que sus ítems se correlacionan de manera consistente y miden el mismo constructo.

En tercer lugar, se llevaron a cabo *entrevistas semi estructuradas* diseñadas específicamente para el estudio, a fin de profundizar en las experiencias y percepciones de las participantes en torno al contenido fitspiration, y cualquier cambio en sus hábitos alimentarios asociados con este consumo.

Procedimiento: (a) Para la recolección de los datos, se unificaron los dos primeros instrumentos en el software Formularios de Google, antecedido por su correspondiente consentimiento informado, siguiendo los lineamientos éticos. El enlace fue socializado a través de WhatsApp con algunos sujetos que cumplían con los criterios de inclusión, y luego, mediante estrategia de bola de nieve, estas participantes lo compartieron con otros sujetos. Finalmente, se contactó a un total de 15 participantes que reportaron consumir mayor cantidad de contenido fitspiration y se llevaron a cabo entrevistas semi estructuradas. (b) Para el análisis de los datos cuantitativos, se utilizó el software estadístico SPSS 29. Y para los datos cualitativos, el análisis del discurso.

Resultados

Análisis de datos cuantitativos

Perfiles de perfeccionismo

En función de las puntuaciones obtenidas se procedió a clasificar a las participantes en tres perfiles: (a) perfeccionistas disfuncionales; (b) no perfeccionistas; y (c) perfeccionistas adaptativas (ver Tabla 3). Se identificó como *perfeccionistas disfuncionales* a aquellas jóvenes que obtuvieron puntuaciones por encima del percentil 66 en la dimensión de Altos Estándares (AE). Se consideró como *no perfeccionistas* a aquellas jóvenes cuyas puntuaciones en la dimensión AE estuvieran por debajo del percentil 66. Por último, se identificó como *perfeccionistas adaptativas* a las participantes que obtuvieron puntuaciones por encima del percentil 66 en la dimensión de altos estándares y por debajo de la mediana en la dimensión discrepancia (D).

Tabla 3

Distribución según perfiles de perfeccionismo

| Perfil perfeccionista | Cantidad de sujetos | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| Perfeccionistas disfuncionales | 22 | 21,8 |
| No perfeccionistas | 60 | 59,4 |
| Perfeccionistas adaptativas | 19 | 18,8 |

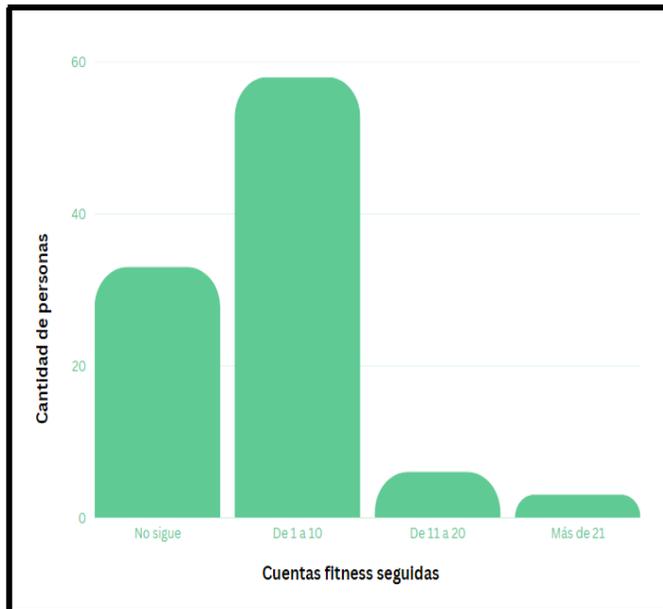
Nota. Elaboración propia.

Consumo de contenido fitspiration en Instagram

Los resultados obtenidos revelaron que las participantes siguen un número variable de cuentas con contenido fitspiration (ver Figura 1), por lo que, para facilitar el análisis, se dividieron los datos en cuatro categorías: (a) No sigue cuentas fitspiration; (b) Sigue de 1 a 10 cuentas fitspiration; (c) Sigue de 11 a 20 cuentas fitspiration; y (d) Sigue más de 21 cuentas fitspiration. El 32,5% (n=33) de las jugadoras reportaron no seguir cuentas fitspiration en Instagram. Un

58,5% (n=59) de las participantes seguían entre 1 y 10 cuentas fitspiration en Instagram, mientras que un 6% (n=6) reportó seguir entre 11 y 20 cuentas relacionadas con fitness y bienestar. Por último, el 3% (n=3) indicó seguir más de 21 cuentas fitspiration en Instagram. De esta manera, aproximadamente el 68% (n=68) de la muestra afirma seguir al menos una cuenta que comparte contenido fitspiration en Instagram.

Figura 1

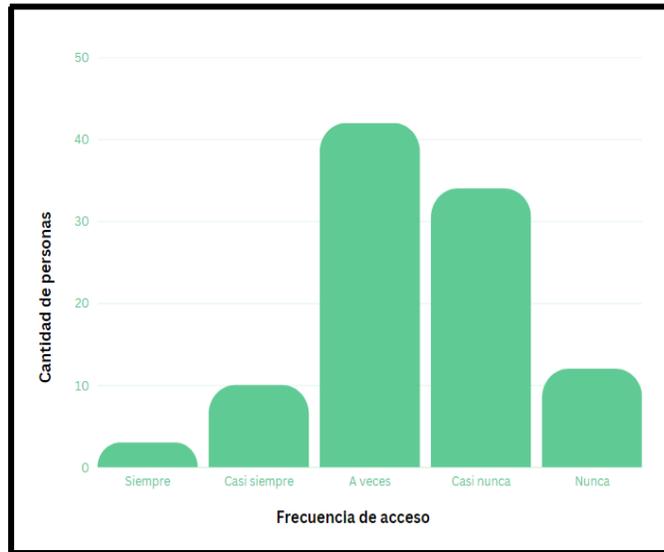


Distribución según cantidad de cuentas fitspiration seguidas

Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la frecuencia de acceso a cuentas fitspiration (ver Figura 2), los resultados obtenidos establecen que el 3% (n=3) de las participantes acceden a contenido fitspiration en Instagram de manera constante y regular, es decir, “siempre”. El 9,9% (n=10) de las jóvenes reportó acceder “casi siempre” a contenido fitness en Instagram. Asimismo, el 41,6% (n=42) indicó acceder “a veces” a dicho contenido. Un 33,7% (n=34) reportó haber accedido a contenido fitspiration en Instagram muy pocas veces, es decir, “casi nunca”. Por último, un total del 11,9% (n=12) indicó nunca acceder a contenido fitness en Instagram.

Figura 2



Frecuencia de acceso a contenido fitspiration en Instagram
Nota. Elaboración propia.

Perfil perfeccionista y consumo de contenido fitspiration en Instagram

Para analizar si existían correlaciones entre la cantidad de cuentas fitspiration seguidas y el perfil perfeccionista, se optó por un análisis de correlación r de Pearson. Los resultados revelaron una correlación positiva, pero no significativa entre las variables de estudio ($r=0,161$; $p=0,108$).

Análisis de datos cualitativos

A partir del análisis del discurso de las entrevistadas surgieron tres categorías en relación con el consumo de contenido fitspiration en Instagram.

Verse y sentirse mejor

Varias entrevistadas mencionaron que comenzaron a seguir cuentas con contenido fitspiration en búsqueda de mejorar su apariencia física y adoptar un estilo de vida saludable, y que esperaban encontrar motivación e inspiración para hacer ejercicio y llevar una alimentación más equilibrada. Así lo expresó Lourdes , de 21 años:

Las cuentas siempre te muestran formas más fáciles y más rápidas (de mantenerse activa). Así que creo que las empecé a seguir un poco ahí en la adolescencia, cuando empecé a tener un poco más de consciencia del cuerpo y la importancia de estar bien físicamente.

Otras participantes refirieron que buscaban encontrar la respuesta a cómo lograr un cuerpo perfecto, un modelo a seguir. Así lo mencionó Violeta, de 22 años:

... para ver distintos estilos de cuerpos que yo quería aspirar a tener, cómo conseguirlos, qué ejercicios hacer, qué comer.

¿Inspiración o presión?

Mientras que algunas participantes refirieron que seguir este tipo de contenido les resultaba inspirador, pues proporcionaba motivación para mantener un estilo de vida saludable y lograr sus metas de acondicionamiento físico, otras señalaron que algunas veces son generadores de presión y expectativas poco realistas sobre la apariencia física. En palabras de Julia, de 23 años:

A veces me pasaba que me re gustaba la imagen corporal que promovían, pero la veía poco real, porque yo no obtenía los mismos resultados haciendo cosas similares.

Por su parte, Catalina, de 23 años aludió:

Tuve una de mis mejores amigas con anorexia, con problemas de salud y con una obsesión inmensa al entrenamiento y a la alimentación. Y su día se definía en subir a Instagram cómo había entrenado, lo que estaba comiendo, el cuerpo que estaba teniendo y todo el tiempo comparándose con los cuerpos que ella veía.

La comparación con los cuerpos ajenos influye en la percepción de sí mismas y en su nivel de autoconfianza, generando sentimientos de inseguridad, ansiedad y baja autoestima. Así lo manifestó Lucila, de 21 años:

Siento que Instagram va a destruir la autoestima de la gente, porque te muestran cosas muy perfectas, muy ideales... Entonces si te muestran la panza perfecta o el cuerpo perfecto o lo que sea, yo creo que sí o sí te terminás comparando y sí o sí te va a tocar la autoestima.

De manera similar, Bianca, de 22 años mencionó:

Me re pasa de que me aparezca una foto de una con toda la panza chata y ver mi panza y decir “¡Uy! ¡Yo podría estar haciendo eso!”. También ves que supuestamente esa gente disfruta el entrenamiento y es apasionada y vos decís “¡Uy! ¿Por qué no me apasiona?” o “A mí me encantaría tener esa fuerza de voluntad”. Desde ese lado creo que me comparo. Me angustia capaz en el momento, me miro un poco al espejo y digo ‘ay yo podría estar así’. Nada, si estoy mal me angustia bastante.

Su influencia en los hábitos alimentarios

Varias de las entrevistadas reportaron haber experimentado cambios en sus patrones de alimentación a partir del consumo de este tipo de contenidos, particularmente en relación al vegetarianismo. Delfina, de 21 años expresó:

Gran parte por la que dejé de comer carne fue por haber leído contenido en Internet, por haber seguido cuentas saludables sin carne y muchas verduras. Muchas cosas que incorporé fueron por haberlas visto en Instagram, es decir, haberlas copiado, así que sí, pequeñas cosas las incorporé de Instagram.

Por otro lado, en cuanto a la relación con la comida, Martina de 21 años dijo:

Pensaba todo el tiempo en la alimentación, en qué había comido ese día, en si estaba siguiendo esa dieta, si estaba comiendo parecido a lo que estas cuentas promueven y cuando me salía de esa dieta, me sentía mal conmigo misma.

Discusión

La presente investigación se propuso explorar la relación entre el perfeccionismo y el consumo de contenido fitspiration en Instagram en jugadoras de hockey sobre césped de entre 18 y 25 años del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Argentina. Para ello, se llevó a cabo un estudio mixto, de diseño no experimental, transversal y con un alcance descriptivo, exploratorio y correlacional (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). La muestra estuvo conformada por un total de 101 jugadoras de hockey sobre césped de entre 18 y 25 años que, al momento de la administración, refirieron estar entrenando activamente y tener una cuenta activa en Instagram.

Para la recolección de los datos se utilizó el software Formularios de Google que incluía dos instrumentos anteceditos por su correspondiente consentimiento informado. Los instrumentos utilizados fueron: un cuestionario elaborado ad-hoc y la versión argentina de la escala Almost Perfect Scale-Revised (APS-R). Finalmente, se contactó a algunas de las participantes que reportaron consumir mayor cantidad de contenido fitspiration y se llevaron a cabo entrevistas semi estructuradas. Los datos cuantitativos fueron analizados mediante el software estadístico SPSS 29 y, para los datos cualitativos, se utilizó el análisis del discurso.

En primer lugar, se observó que un número significativo de las jugadoras de hockey sobre césped presenta un perfil perfeccionista, pudiendo ser este adaptativo o disfuncional. Estos resultados son consistentes con la investigación realizada por Pineda-Espejel et al. (2017) quienes observaron que el perfeccionismo es habitual entre los deportistas.

En segundo lugar, respecto al consumo de contenido fitspiration, se analizó la cantidad de cuentas seguidas y la frecuencia de acceso a las mismas. Por un lado, un alto porcentaje de las participantes reportó consumir contenido fitspiration en Instagram. Por otro lado, la mayoría de

ellas refirió acceder con frecuencia a dicho contenido. El análisis cualitativo permite vislumbrar que lo que motiva dicho comportamiento es el verse y sentirse mejor: un afán por mejorar la apariencia física y mejorar hábitos a partir de lo que se promueve como modelo a seguir en la red social Instagram. Estos resultados son similares a los que arribaron Fruhauf et al. (2024).

En tercer lugar, si bien se encontró una correlación positiva entre el perfil perfeccionista y el consumo de contenido fitspiration, esta no es significativa. Este hallazgo fue sorprendente dado que rechazó la hipótesis inicial y contradice los resultados a los que arribaron Pilgrim & Bohnet-Joschko (2019) y McComb & Mills (2021), al indicar que las mujeres perfeccionistas tienden a ser más susceptibles al consumo de este tipo de contenidos.

En cuarto lugar, de las entrevistas emerge que existen discrepancias respecto al impacto que el consumo de este tipo de contenido genera. Las participantes entrevistadas fueron quienes reportaban seguir mayor cantidad de cuentas, sin embargo, algunas de ellas aludieron que estas cuentas las inspiraban y las motivaban a llevar un estilo de vida más saludable y a proponerse metas, mientras que otras refirieron que experimentaban mayor presión social al querer alcanzar esos cuerpos o ese estilo de vida. Estos resultados son consistentes con los hallazgos del estudio realizado por Martin et al. (2023) y la investigación de Fruhauf et al. (2024), quienes observaron que existen percepciones contradictorias en relación con los mensajes promovidos por las cuentas fitspiration. A su vez, se observó que la comparación con las imágenes promovidas puede repercutir negativamente en la autoestima, lo cual es consistente con lo observado por McComb & Mills (2021).

Finalmente, en quinto lugar, cabe resaltar que gran parte de las entrevistadas aludieron haber experimentado cambios en su alimentación a partir del consumo de este tipo de contenido. En algunos casos, reportaron tener conocidas que experimentaron trastornos de alimentación como consecuencia de ello. Al parecer, las jóvenes les otorgan a los fitfluencers autoridad ante temas vinculados a la alimentación saludable, y los toman como modelos a seguir ante la creencia -no siempre fundada- de que lo que se ve es lo real. En la búsqueda de conseguir sus mismos resultados, replican sus procedimientos. Esto concuerda con lo observado por Tiggemann & Zaccardo (2015), Lin & Liang (2021) y Fruhauf et al. (2024), quienes afirman que las cuentas fitspiration influyen en las elecciones alimentarias y en la percepción de las jóvenes sobre lo que constituye una dieta saludable.

Conclusiones

Los resultados de este estudio proporcionan información sobre la relación entre el perfil perfeccionista y el consumo de contenido fitspiration. Se observó que, aunque existe una correlación positiva, la misma no es significativa. Esto sugiere que se trata de un fenómeno multidimensional y multifactorial, donde la cantidad de cuentas seguidas no resulta ser un indicador relevante por sí mismo. Además, aporta información valiosa sobre el impacto de las cuentas fitspiration en las jóvenes deportistas: en su autopercepción, en su autoestima y en sus hábitos alimentarios, especialmente en aquellas con altos niveles de perfeccionismo.

Estos hallazgos destacan la importancia de abordar los efectos negativos del consumo de contenido fitspiration en la salud mental y el bienestar de las jóvenes deportistas, a la vez que subrayan la necesidad de concientizar sobre los posibles riesgos y desafíos que enfrentan las jóvenes en relación con las presiones estéticas y los estándares inalcanzables promovidos en las redes sociales. Así mismo, ofrece una base para futuras investigaciones.

Es menester seguir profundizando con el fin obtener una visión más holística del fenómeno, dado que podría haber otros factores asociados como la percepción corporal y las presiones del entorno deportivo. Se considera que estos aspectos podrían desempeñar un papel significativo en la comprensión de la problemática planteada y en el desarrollo de estrategias de intervención efectivas para promover la salud mental y física de los jóvenes deportistas.

Para finalizar, cabe señalar que la práctica de un deporte sin duda conlleva múltiples beneficios. Sin embargo, resulta crucial un abordaje holístico y multidisciplinar de la salud de los atletas, en donde la dimensión psicológica ocupe un rol preponderante. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1946), la salud no es solo la ausencia de enfermedades, sino que implica bienestar en las áreas física, mental y social. Es fundamental que aquellos profesionales que acompañan a jóvenes deportistas orienten en pos de su óptimo y saludable desarrollo, concientizando sobre los posibles riesgos que conlleva la presión social respecto del cuerpo ideal y los estándares promovidos a través de las redes sociales, sobre todo en un ámbito donde el rendimiento es valorado. Esto se torna un verdadero desafío en un mundo donde estas se constituyen como un espacio al que los jóvenes recurren en búsqueda de modelos de belleza, salud y bienestar.

Referencias

- Arana, F. (2009). Adaptación de una medida multidimensional de perfeccionismo: la Almost Perfect Scale-Revised (APS-R). Un estudio preliminar sobre sus propiedades psicométricas en una muestra de estudiantes universitarios argentinos. *Revista Evaluar*, 9(1), p 35-53. <https://doi.org/10.35670/1667-4545.v9.n1.463>
- Carrotte, E., Prichard, I., & Lim, M. (2017). "Fitspiration" on social media: a content analysis of gendered images. *Journal of medical Internet research*, 19(3). <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>
- Casale, S., Fioravanti, G., & Rugai, L. (2016). Grandiose and vulnerable narcissists: who is at higher risk for social networking addiction?. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19(8), p 510-515. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0189>
- Casaló, L., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Jornal of Business Research*, 117(1), p 510-519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Contreras, M., Briceño, O., Pinto, N., y Villalobos, J. (2020). Imagen corporal percibida en mujeres adolescentes deportistas y no deportistas. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 37, p 233-237. <https://doi.org/10.47197/retos.v37i37.72386>
- de Sousa Fortes, L., Caputo Ferreira, M., Laus, M., & Sousa Almeida, S. (2014). Insatisfação corporal e comportamento alimentar: comparações entre jovens atletas de diferentes esportes. *Psicologia em Revista*, 20(1), p 138-154. <https://doi.org/10.5752/P.1678-9523.2014v20n1p138>
- Fernández-Bustos, J., González-Martí, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. *Revista latinoamericana de psicología*, 47(1), p 25-33. [https://doi.org/10.1016/S0120-0534\(15\)30003-0](https://doi.org/10.1016/S0120-0534(15)30003-0)
- Fruhauf, A., Roth, M., Rausch, L., & Kopp (2024). Fitspiration: ¿inspiración o amenaza para las adolescentes? Una investigación cualitativa sobre el contenido de las redes sociales relacionado con el fitness y la educación física. *Children & Society*, 38(6). <https://doi.org/10.1111/chso.12879>
- Ghaznavi, J., & Taylor, L. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, p 54-61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>
- Gómez-Nieto, B. (2018). El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa. *Revista de ciencias sociales*, 6(1), p 149-156. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.212>
- Hamachek, D. (1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology*, 15, p 27-33.
- Helguera, G., & Oros, L. (2018). Perfeccionismo y autoestima en estudiantes universitarios argentinos. *Pensando Psicología*, 14(23). <https://doi.org/10.16925/pe.v14i23.2266>
- Hellmann, E. (2016). Keeping Up Appearances: Perfectionism and Perfectionistic Self-Presentation on Social Media [Tesis de doctorado]. *De Pauw University*.

- <https://scholarship.depauw.edu/studentresearch/50>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Liang, Z., Lingting, S., Ying, C., Xiaoyan, L., Yan, Z., Ronghua, Y., Dan, B., & Yanqiang, T. (2021). Focus on the Beauty of Body: The mediation role of body appreciation between perfectionism and body-related shame and body-related guilt. *Frontiers in Psychology, 12*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.638641>
- Lin, S., & Liang, J. (2021). Influence of fitspiration on young women's attitudes towards vegetarian and vegan diets. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(8).
- Lo, A., & Abbott, M. (2013). Review of the theoretical, empirical, and clinical status of adaptive and maladaptive perfectionism. *Behaviour Change, 30*(2), p 96-116. <https://doi.org/10.1017/bec.2013.9>
- Macia, C., Saura, C., Lagos-San Martin, N., Garcia-Fernandez, J., & Martinez-Monteaquedo, M. (2015). Análisis bibliométrico sobre el perfeccionismo en la infancia y la adolescencia. *International Journal of Developmental and Educational Psychology, 1*(1), p 211-218. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v1.48>
- Madigan, D., Stoeber, J., & Passfield, L. (2017). Athletes' perfectionism and reasons for training: Perfectionistic concerns predict training for weight control. *Personality and Individual Differences, 115*, p 133-136. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.034>
- McComb, S., & Mills, J. (2021). Young women's body image following upwards comparison to Instagram models: The role of physical appearance perfectionism and cognitive emotion regulation. *Body Image, 38*, p 49-62. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.012>
- Martin, G., Portingale, J., Fuller-Tyszkiewicz, M., & Krug, I. (2023). Do appearance comparisons mediate the effects of thinspiration and fitspiration on body dissatisfaction, happiness, and disordered eating urges in women's daily lives?. *Body Image, 46*, p 108-116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.05.006>
- Organización Mundial de la Salud (1946). *Conferencia Sanitaria Internacional*. Nueva York, Estados Unidos.
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health, 19*, p 1-9. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Pineda-Espejel, A., Alarcón, E., López-Walle, J., & Tomás-Marco, I. (2017). Adaptación al Español de la Versión Corta del Inventario de Perfeccionismo Multidimensional en el Deporte en Competición. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación, 43*, p 45-57. https://doi.org/10.21865/RIDEP43_45
- Reilly, T., & Borrie, A. (2012). Physiology applied to field hockey. *Sports Medicine, 14*, p 10-26. <https://doi.org/10.2165/00007256-199214010-00002>
- Reina, A., Mosma, E., Dumas, M. D., & Gay, J. L. (2019). Body image and weight management among Hispanic American adolescents: Differences by sport type. *Journal of Adolescence, 74*, p 229-239. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.014>
- Rodgers, R., Donovan, E., Cousineau, T., Yates, K., McGowan, L., & Cook, E. (2020). Instagram #fitspiration posts: encouraging comparisons, promoting physique dissatisfaction, and undermining self-compassion. *Computers in Human Behavior, 101*.

- 104, p 106-160.
- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, p 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>
- Tiggemann, M, & Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15(1), p 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Torres Sornosa, A. (2018). Ideal de belleza femenino en Instagram: Una reflexión personal desde la ilustración [Tesis de grado]. Universidad *Politécnica de Valencia. Facultad Bellas Artes*. <http://hdl.handle.net/10251/110150>
- Wang, K., Permyakova, T., & Sheveleva, M. (2016). Assessing perfectionism in Russia: Classifying perfectionists with the Short Almost Perfect Scale. *Personality and Individual Differences*, 92, p 174-179. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.12.044>