



Universidad
Nacional
de Rosario



Facultad
de Ciencia Política
y Relaciones Internacionales

Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Licenciatura en Comunicación Social

**“Estrategias discursivas de influencers argentinas en Instagram
especializadas en “Health Coaching”, durante el tercer trimestre de 2025”**

Directora: María Clara Musante

Autora: Alanis Agustina Roldán

Legajo R2334/5

Mail: agustinaroldan.ar2@gmail.com

Año: 2026

Agradecimientos

A mi mamá y a mi papá, por darme todas las herramientas para llegar a esta instancia, por apoyarme, tranquilizarme, abrazarme cuando me iba mal y por brindar conmigo cada vez que me iba bien. Espero seguir brindando todo lo bueno que nos pasa en esta vida con ustedes.

A Tomás, mi compañero de estudio y de la vida desde que terminamos el colegio, transcurrimos dos carreras a la par ayudándonos mutuamente. Tomás me alentó cuando decaía, me ayudaba cuando me quedaba en blanco y me esperaba siempre que podía después de rendir para festejar.

A mis amigas de siempre pero especialmente a las chicas de la facu, tuve la suerte de conocerlas y armar un grupo hermoso, las vi recibirse y me emocioné con cada una. Gracias por ayudarme, guiarme, escucharme y festejar mis logros como si fueran propios.

A todo mi entorno, familia y amistades que siempre estuvieron ahí. A Priscila y Bruno, por guiarme y orientarme cuando me perdía, por ayudarme a superar mis metas y motivarme a seguir creciendo.

A Lolita, por acompañarme cada segundo.

A mi directora María Clara, por aceptar guiarme en este último tramo y por ponerle tanto entusiasmo a este trabajo.

A la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, que me presentó personas y oportunidades únicas, como mi pasantía en Punto biz donde conocí gente que me hizo creer en mi capacidad.

A mí, porque sé el esfuerzo y finalmente puedo decir que se termina una etapa.

Índice

Introducción	4
1. Marco teórico y metodología	6
1.1. Presentación y preguntas de investigación	6
1.2. Delimitación del corpus, metodología y perspectiva de análisis	8
1.3. Análisis de los contenidos de la cuentas seleccionadas	11
2. Marco teórico	17
2.1. El Health Coach como figura discursiva	17
2.2. El Health Coaching como modalidad terapéutica	19
2.3. Teoría de los discursos sociales	22
2.4. Estrategias discursivas	23
2.5. Ampliación analítica del modelo veroniano	25
2.6. Sobre el enunciador	26
2.6.1. La imagen y la corporalidad	28
2.7. No sólo una construcción de sí mismo	33
3. Presentación de los casos	38
3.1. @marti.torn	38
3.2. @jazzcasermeiro	41
3.3. @gaiabidin	44
3.4. Las estrategias de @marti.torn: el yo en proceso	47
3.5. Las estrategias de @jazzcasermeiro: guía que prescribe	61
3.6. Las estrategias de @gaiabidin: la estética y lo aspiracional	72
3.7. Regularidades y diferenciaciones estratégicas	82
4. Conclusión	87
Bibliografía	88
Anexo	90

Introducción

En el sistema mediático hipermediatizado actual, las redes sociales se consolidaron como espacios clave para la producción de sentidos. En tanto, Instagram se posicionó como una plataforma en la que se expresan discursos vinculados a la salud y el bienestar, configurando nuevas formas de intercambio y consumo.

En este escenario, emergen los llamados Health Coaches, o “Asesores de salud”, figuras que abordan la salud desde una perspectiva integral: física, emocional, mental y espiritual, y ofrecen orientación personalizada sobre hábitos de vida saludable. El Health Coaching, si bien aún está en proceso de legitimación en Argentina, tuvo un crecimiento significativo durante la pandemia en las redes sociales, especialmente en Instagram. Allí, los Health Coaches, posicionados como “influencers” en el tema, ofrecen consejos, motivación y rutinas con el objetivo de promover hábitos saludables. Estos influencers no sólo comparten contenido, sino que desde sus perfiles en Instagram también construyen una identidad discursiva y un vínculo particular con su audiencia, buscando generar confianza, pertenencia y, en muchos casos, monetización.

En tanto, la presente investigación tiene como objetivo analizar las estrategias discursivas utilizadas por influencers argentinas especializadas en Health Coaching, a partir del estudio de sus contenidos publicados en sus cuentas/perfiles de Instagram durante el tercer trimestre del año 2025. Resulta interesante analizar cómo construyen su posición enunciativa, qué lugar le otorgan al destinatario y qué tipo de vínculo proponen en el marco de estos discursos que promueven la salud y el bienestar.

La investigación se enmarca en la teoría de los discursos sociales del semiólogo argentino Eliseo Verón, desde una perspectiva situada en la producción de los discursos, lo que permite analizar cómo se construye el dispositivo enunciativo y qué operaciones se ponen en juego en la producción de sentido. Esta aproximación sociosemiótica permite articular el plano discursivo con el plano del contenido, es decir, las estrategias discursivas que asumen los contenidos publicados.

Para ello, se analizarán tres perfiles de Instagram seleccionados de Health Coaches activas en el territorio argentino: @martitorn, @jazzcasermeiro y @gaiabidin, cuyos perfiles presentan

diferencias en alcance, estilo comunicacional y construcción de identidad. El corpus incluye contenido publicado en distintos formatos (reels, historias, posteos, etc.).

El trabajo se organiza en cuatro capítulos. El primero presenta un panorama contextual sobre la problemática y la metodología adoptada. El segundo profundiza el marco teórico y trabaja la figura del Health Coach y el influencer. El capítulo tres se centra en el análisis de las publicaciones seleccionadas, focalizando en el enunciador y las estrategias discursivas utilizadas, examina el modo en que se configura al destinatario y el vínculo que el discurso propone entre ambos. Posteriormente una comparación. El trabajo culmina con el capítulo cuatro, la Conclusión.

A fin de identificar el dispositivo enunciativo que se pone en acto en cada ocasión, la investigación propone describir las operaciones discursivas recurrentes que construyen al enunciador en esos discursos publicados. Analizar la configuración discursiva en estas tres cuentas de Instagram nos permitirá comparar las diferentes estrategias sujetas a condiciones productivas diferentes.

La presente investigación se plantea como un aporte al conocimiento del fenómeno influencer y el Health Coaching, reconociendo a Instagram como una plataforma central en la producción de estos nuevos sentidos sociales. Estudiar la construcción de significados sobre temáticas como la salud y el bienestar en el ecosistema mediático actual, permitirá desentrañar cómo se construyen realidades mediadas por dispositivos comunicacionales y prácticas discursivas específicas.

1. Marco teórico y metodología

1.1. Presentación y preguntas de investigación

Dentro del sistema mediático hipermediatizado actual, emergen nuevos enunciadores capaces de producir y sostener discursos públicos. Entre ellos, la figura del influencer ocupa un lugar central como actor social que, a través de su actividad en redes sociales, se erige en portavoz de determinados temas. Su creciente visibilidad los posiciona como generadores de contenido, información y entretenimiento, además de mediadores en la interacción con los usuarios.

Estos enunciadores profesionales dominan las lógicas de producción digital y la construcción de narrativas específicas. La continuidad de sus prácticas les otorga un alto nivel de notoriedad pública, tanto en las redes como en la esfera social más amplia, donde alcanzan incluso el estatuto de celebridades digitales. Este reconocimiento se vincula con las prácticas de diseño de sí y con las conversaciones públicas que deciden sostener, enmarcadas siempre en las posibilidades expresivas de cada plataforma.

La manera en que los influencers configuran su contenido dentro del ecosistema digital responde al despliegue de un estilo personal en torno a su figura que define su imagen como marca distinguida. En tanto, su figura adquiere valor simbólico y, en muchos casos, capitalizable en términos económicos. La visibilidad sostenida en redes sociales, junto al reconocimiento social alcanzado, les otorga un peso simbólico que puede trasladarse a asociaciones con productos, marcas o servicios.

Sin embargo, estas figuras actualmente son mediadoras en la producción de sentido sobre distintos ámbitos de la vida cotidiana. Encarnan una enunciación pedagógica y/o experta que les permite intervenir discursivamente en la construcción de sentido. Si bien cada uno presenta rasgos singulares, su exposición se articula con marcos sociales e institucionales que condicionan los modos de mostrarse y de interactuar (Amossy, 2018).

Es por eso que, construyen no solo una imagen de sí mismos, sino también la figura de un destinatario al que se dirigen, con quien buscan establecer un vínculo sostenido. La audiencia

generalmente se constituye tanto por seguidores regulares como por usuarios ocasionales que se encuentran con sus contenidos en circulación.

Es en este escenario donde se inscribe el presente trabajo, que se focaliza en un segmento específico de influencers: los Health Coaches. Estas figuras abordan la salud desde una perspectiva integral —física, emocional, mental y espiritual— y encuentran en Instagram un espacio privilegiado para desplegar sus discursos. Desde sus cuentas, comparten consejos, rutinas y reflexiones orientadas a promover hábitos saludables, mientras construyen una identidad discursiva coherente con el estilo de vida que promueven y un vínculo particular con sus audiencias. Esta combinación enunciativa y su apuesta estilística constituyen nuevas formas de incidir en el campo de la salud y el bienestar que no han sido desarrolladas desde los medios masivos.

El problema de investigación se articula en torno a la manera en que estas influencers construyen discursivamente su posición como enunciador y su vínculo con los seguidores. Las preguntas que orientan esta investigación parten de un interrogante central: ¿cuáles son las estrategias discursivas recurrentes en los contenidos publicados en cuentas de influencers argentinas especializadas en Health Coaching en Instagram? Más allá de preguntarse qué se dice, lo que resulta fundamental es indagar cómo se dice. Es decir, de qué manera cada enunciador construye su discurso, cómo se presenta a sí mismo como referente de la salud y el bienestar, qué lugar asigna al destinatario y qué tipo de vínculo propone entre ambos.

En este sentido, la pregunta que atraviesa el trabajo es: ¿cómo lo hacen? Si bien estos perfiles abordan un mismo campo temático, cada uno lo hace desde condiciones productivas específicas, que modelan estilos discursivos diferentes. Al mismo tiempo, la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón permite reconocer equivalencias entre ellos en tanto forman parte de una misma clase discursiva, sometida a reglas comunes de producción en el ecosistema mediático actual. Así, el análisis busca dar cuenta de las particularidades de cada perfil y las regularidades que los inscriben en un dispositivo discursivo más amplio.

El propósito central de la investigación es, entonces, analizar las estrategias discursivas desplegadas en los contenidos publicados por influencers argentinas especializadas en Health Coaching en la red social Instagram durante el último trimestre del año 2025. Para ello, se

examina de qué modo dichas figuras construyen su identidad enunciativa, qué recursos ponen en juego en la configuración de sus mensajes y cómo establecen un vínculo particular con su audiencia.

Para el análisis en cuestión, se aborda una serie de casos de influencers argentinas pertenecientes a un nicho temático en particular: el de la producción y comunicación de contenidos referidos a la salud desde una mirada integral, es decir, influencers con formación en Health Coaching. En tanto, se focaliza en las cuentas/perfiles de la plataforma Instagram de las influencers seleccionadas, ya que es, al momento, la red social más significativa para esta clase de figuras, y notoriamente ha crecido en los últimos años.

Precisamente, se estudian los discursos que desarrollan tres cuentas cuyas protagonistas se constituyen entre las más reconocidas con respecto a esta temática en particular dentro del ecosistema digital argentino. Se indaga en los perfiles de ellas, sus construcciones de una identidad visual y estética, sus contenidos publicados en distintos formatos y las formas de comunicación que entablan con sus audiencias.

En tanto, el estudio se concentra en una exploración detallada de las cuentas seleccionadas, considerando tanto la organización de sus perfiles —nombre de usuario, foto de perfil, biografía, descripción, enlaces, historias destacadas, organización del feed— y los recursos estético-comunicacionales (paletas de colores, tipografías, filtros, grilla visual, representación del cuerpo y de los espacios) que funcionan como marcas de coherencia y diferenciación identitaria. Asimismo, se atenderá a la clasificación de los contenidos en función de los soportes y formatos que ofrece la plataforma (imágenes, textos, videos, historias, reels, entre otros) y la temporalidad de cada tipo de publicación, prestando atención a indicadores de producción de cada publicación.

Finalmente, el análisis se orienta a describir las operaciones discursivas que construyen la figura del enunciador en los contenidos y aquellas que configuran al destinatario, atendiendo a las narrativas y las temáticas abordadas con el objetivo de reconocer el tipo de vínculo que se propone entre ambos.

1.2. Delimitación del corpus, metodología y perspectiva de análisis

El corpus de esta investigación se compone de publicaciones realizadas entre el segundo y tercer trimestre de 2025 (agosto-octubre) en tres cuentas de Instagram pertenecientes a influencers argentinas en el ámbito del Health Coaching: @marti.torn, @jazcasermeiro y @gaiabidin. La selección se sustenta en la relevancia de estas figuras dentro del nicho del coaching en salud y bienestar, así como en la diversidad de sus estilos comunicacionales y formaciones profesionales. Además, presentan distintos niveles de alcance —64.200, 47.900 y 18.600 seguidores respectivamente—, lo que habilita la comparación de estrategias en perfiles con diferente grado de visibilidad.

Cada una de estas influencers desarrolla su actividad en Instagram y se formó en instituciones con reconocimiento internacional o regional. @marti.torn combina el universo fitness con su acreditación como Health and Wellness Coach por la Asociación Latinoamericana de Health Coaching (ALAHC). @jazcasermeiro, también formada en el IIN, centra su propuesta en la salud femenina, el ciclo hormonal y la alimentación como vía para abordar síntomas corporales. Por su parte, @gaiabidin se orienta hacia un enfoque holístico y espiritual, respaldado por su certificación en nutrición integrativa en el Institute for Integrative Nutrition (IIN).

Estas diferencias formativas y temáticas permiten observar cómo, dentro de un mismo campo discursivo, se despliegan estilos de enunciación diferenciados. Asimismo, asegura un recorte manejable y comparable para el análisis semiótico posterior, focalizado en la construcción de identidad, autoridad y legitimidad de estos tres perfiles dentro del ecosistema digital argentino.

La selección del corpus no responde únicamente a criterios cuantitativos de alcance, sino principalmente a la riqueza cualitativa de las publicaciones, que incluyen recursos multimodales (texto, imagen, video, gráfico, sonido), una producción estética sostenida y modos de interpelación relevantes para la investigación (cercanía, autoridad, legitimación). La delimitación temporal y temática busca asegurar un recorte manejable y comparable entre perfiles, sin perder de vista la dinámica propia del ecosistema digital, marcado por la actualización constante y la circulación inmediata de contenidos.

La teoría de los discursos sociales (Verón, 1993) es la herramienta analítico-conceptual para abordar el presente trabajo de investigación. Verón concibe toda práctica social como una producción de sentido y a la discursividad como el lugar en que esas determinaciones se hacen visibles. Interesa, por lo tanto, describir cómo las influencers construyen su figura de enunciadoras, qué lugar asignan a su destinatario y de qué manera configuran un vínculo específico con él en el marco de un dispositivo digital.

Por su parte, es preciso destacar lo propuesto por Verón: "El análisis semiológico tiene por objeto identificar y describir todas las operaciones que, en el discurso del soporte, determinan la posición del enunciador, y en consecuencia, la del destinatario" (Verón, 2004, p.179). En este sentido, es preciso observar que, el análisis nunca trabaja con un solo soporte, dado que se procura identificar qué es lo que establece la diferencia entre los soportes, lo que contribuye a definir la especificidad de cada soporte dentro del universo elegido. En palabras del autor, "el análisis siempre es comparativo" (Verón, 2004, p.179).

Siguiendo la línea de pensamiento, las operaciones a considerar deben ser regulares para poder constituir invariantes, es decir, se trata de "modalidades de discurso que se repiten y que, en consecuencia, dan cierta estabilidad a la relación soporte/lector" (Verón, 2004, p.179).

Por último, Verón sostiene que si bien en un primer momento el análisis consiste en identificar y describir de manera precisa cada operación enunciativa, luego se establecen las relaciones que se dan entre las operaciones. "El análisis debe delimitar la lógica de conjunto de cada soporte incluyendo, por supuesto, sus eventuales incoherencias y contradicciones" (Verón, 2004, p.179).

Para ello, el estudio se organiza en dos planos analíticos. El primero, el plano del contenido, contempla variables vinculadas a la organización del feed, frecuencia y temáticas de las publicaciones, a los soportes y formatos empleados (posteos, reels, historias, transmisiones en vivo), y a los recursos estético-comunicacionales que conforman su presentación (paletas cromáticas, tipografías, filtros, representación del cuerpo y de los espacios). El segundo, el plano del discurso, se orienta a examinar las operaciones enunciativas y las estrategias discursivas que construyen una imagen en torno a la influencer, cómo se posiciona y la estética empleada a través de la información que divulga, que en la presentación y

construcción que hacen de sí mismas, completan sus performances. A su vez, cómo se construye la relación entre enunciador y destinatario: desde las modalidades de interpelación (autoridad, cercanía, complicidad) hasta los relatos personales o transformacionales, pasando por los mecanismos de legitimación (fundamentación de la información publicada, citación de credenciales, estudios, testimonios reales).

Para la investigación se combinan técnicas de observación directa en la plataforma con herramientas de registro y archivo digital que permiten preservar y sistematizar un corpus estable en un entorno cambiante.

1.3. Análisis de los contenidos de la cuentas seleccionadas

El análisis propuesto se centra en la dimensión productiva del discurso entendida, en términos veronianos, como el conjunto de operaciones que permiten describir las condiciones de producción y las estrategias enunciativas que configuran los mensajes (Verón, 1987). En este sentido, se privilegia la observación de los modos de construcción del enunciador y del vínculo que este establece con su destinatario, más que las métricas de recepción o circulación propias de la plataforma (número de “me gusta”, cantidad de comentarios, alcance, entre otros), las cuales pertenecen a otro nivel del proceso semiótico.

Para abordar el corpus, se elaboró una matriz de análisis que permite organizar la observación de manera sistemática y homogénea, atendiendo a las particularidades del entorno digital y multimodal de Instagram. Esta matriz se estructura en cinco grillas de observación complementarias, diseñadas para relevar los diferentes planos que intervienen en la producción discursiva, dado que cada una de ellas contempla variables específicas de la plataforma: el perfil, los posts del feed, las historias, los reels y los lives. Precisamente, se analizaron 39 materialidades distribuidas en las tres cuentas mencionadas.

En primer lugar, el feed es el espacio visual principal del perfil, compuesto por las publicaciones permanentes (imágenes, videos, carruseles o reels) organizadas en un orden cronológico inverso —de la más reciente a la más antigua—. Funciona como una vitrina identitaria, donde cada publicación se articula con las demás para conformar una estética global coherente con la marca personal.

En términos discursivos, el feed concentra los mensajes más elaborados y duraderos, en contraste con la fugacidad de las historias. Su análisis permite observar la regularidad temática y la consistencia visual con la que cada influencer construye su identidad digital y su vínculo con la audiencia.

En tanto, es preciso resaltar el caso particular de las publicaciones en formato carrusel, que funcionan como una secuencia narrativa coherente. Generalmente, la primera imagen suele actuar como “portada” o “frase ancla”, mientras que las siguientes desarrollan el mensaje o lo despliegan en ejemplos, tips o imágenes. La última suele cerrar con una apelación (“Guardá este post”, “Comentá si te pasa”).

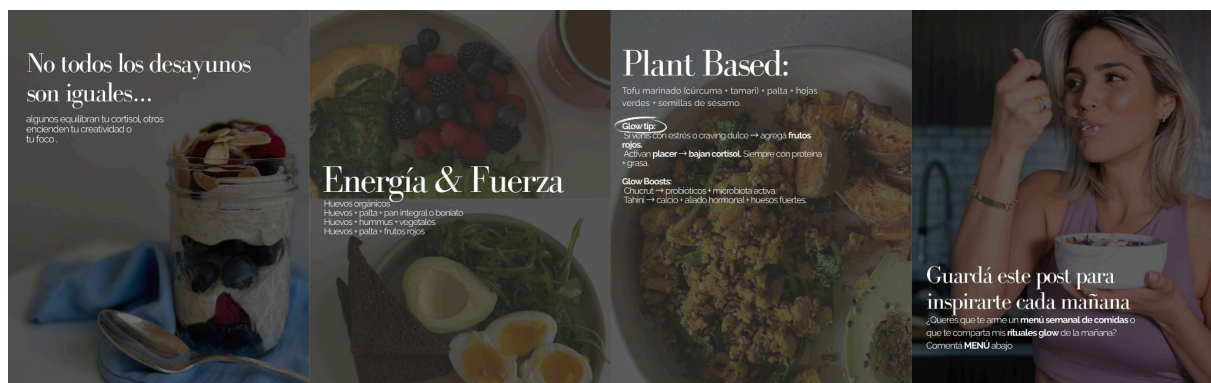


Figura 1. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@gaiabidin, 26 de agosto de 2025).

Cada imagen, video o texto dentro del carrusel cumple una función intradiscursiva (parte del todo), pero la unidad de sentido final se construye a nivel de carrusel completo. En otras palabras, no se trata de publicaciones independientes, sino fragmentos de un mismo enunciado multimodal, donde las imágenes, textos y videos que lo integran funcionan de manera articulada para producir un sentido global.

“Las micronarrativas se desarrollan dentro de las plataformas sociales como unidades breves de sentido, donde los usuarios producen fragmentos de relatos personales o temáticos. Estas pequeñas historias, aunque autónomas, forman parte de una narrativa mayor que se expande en el ecosistema digital. Cada tuit, cada imagen en Instagram o cada publicación en Facebook puede entenderse como un episodio mínimo que participa de una macrohistoria colectiva” (Scolari, 2013, p. 125).

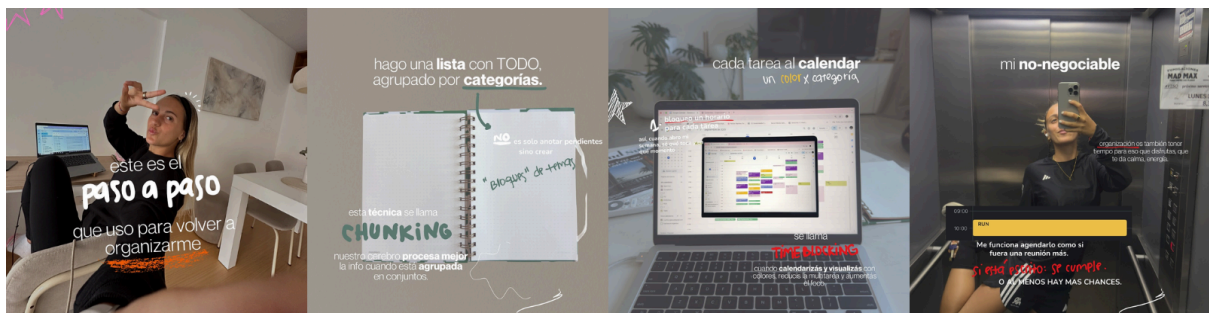


Figura 2. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@marti.torn, 18 de septiembre de 2025).

Desde una perspectiva sociosemiótica y multimodal (Kress y van Leeuwen, 2001; Fontanille y Zilberberg, 1998), se entiende que el significado no reside únicamente en cada fragmento, sino en las relaciones de continuidad, contraste o complementariedad que se establecen entre las distintas materialidades. En este sentido, cada carrusel fue abordado como una totalidad enunciativa, analizada a partir de su estructura interna y de las estrategias discursivas que emergen de la articulación entre los componentes verbales, visuales y audiovisuales.

De este modo, dentro de cada unidad de análisis se describieron las tipologías internas de materialidad (imágenes tipográficas, fotografías con texto sobreimpreso, videos breves, etc.), atendiendo a su función en la construcción del discurso general.

Por otro lado, las historias (o stories) constituyen uno de los recursos más dinámicos de la plataforma. Poseen una duración limitada de 24 horas desde el momento de su publicación, lo que les confiere un carácter efímero y cotidiano. No obstante, pueden ser almacenadas en el perfil como historias destacadas, permaneciendo visibles de manera permanente.

Desde un enfoque sociosemiótico, las historias representan un espacio de interacción inmediata, donde predomina la espontaneidad, la autenticidad y la cercanía. En el corpus analizado, también fueron observadas aquellas historias destacadas que organizan contenidos por temáticas, por ejemplo: “Desayunos”, “Entrenamientos”, “Antibióticos” o “Testimonios”, ya que constituyen una forma de curaduría discursiva dentro de la lógica del perfil.

En cambio los Reels son videos breves —de entre 15 y 90 segundos— que combinan recursos sonoros, visuales y textuales para comunicar de manera dinámica.

En el corpus, los reels constituyen una unidad discursiva central, ya que representan el formato de mayor circulación algorítmica y engagement dentro de Instagram. En estos contenidos, las influencers suelen aparecer en plano medio o selfie, interpelando directamente a su audiencia, utilizando subtítulos, transiciones y efectos visuales que potencian el tono cercano y conversacional.

Finalmente, los vivos o transmisiones en directo permiten una interacción sin mediaciones entre el emisor y su comunidad. Este formato habilita la co-presencia digital y la construcción de una temporalidad compartida, en la que el discurso se vuelve performativo y dialogal.

En tanto, dado que cada materialidad posee su propia lógica de funcionamiento, su estilo y género, se tuvo en cuenta distintas unidades de análisis para cada una, ya sea: la presentación del enunciador, modalidades de enunciación, recursos estético-comunicacionales, modalidades de legitimación, construcción del destinatario, entre otros.

“Los usuarios aprenden a leer y producir narrativas visuales siguiendo convenciones propias de los formatos de Instagram, como el carrusel o las stories” (Leaver, Highfield & Abidin, 2020, p. 74).

De este modo, la matriz propuesta constituye no solo una herramienta descriptiva, sino también analítica de las condiciones de producción del discurso de las influencers argentinas seleccionadas, atendiendo a su posicionamiento profesional, su estética comunicacional y sus modos de interpelación a las audiencias.

Por lo tanto, la primera grilla se estructuró en base al perfil general de cada cuenta, donde se registran elementos de identidad y autopresentación tales como el nombre de usuario, la foto de perfil, la biografía, la descripción del enlace en la biografía (link in bio), la presencia de historias destacadas y la organización estética del feed. Este nivel resulta clave para comprender cómo cada influencer se constituye como sujeto enunciador, qué rasgos identitarios enfatiza y cómo se posiciona discursivamente frente a su comunidad. Asimismo, se relevan aspectos visuales y simbólicos —paletas de color, tipografías, coherencia

estética— que funcionan como marcadores de profesionalización y autenticidad dentro del espacio digital.

La segunda grilla aborda las publicaciones del feed, seleccionadas a partir del recorte temporal comprendido entre los meses de agosto y octubre de 2025. Este recorte responde a la necesidad de trabajar con un conjunto acotado pero representativo de la producción reciente de las influencers. Para cada publicación se consignan variables tales como la fecha, el formato (imagen, carrusel, video o reel en feed), el tema principal, la modalidad discursiva (explicativa, emocional, testimonial, publicitaria o reflexiva) y las estrategias visuales y textuales utilizadas. También se observa el modo en que se articula la autoridad del enunciador —por ejemplo, mediante menciones a su formación, experiencia personal o alianzas con marcas o profesionales— y las estrategias de vínculo con la audiencia (uso de preguntas, tono inclusivo, apelaciones directas o llamados a la acción).

La tercera grilla se dedica al análisis de las historias, tanto las recientes como las destacadas. En este caso, el objetivo es observar las estrategias de actualización, cercanía y participación que configuran el vínculo cotidiano entre el influencer y su comunidad. Se releva la temporalidad (historia reciente o destacada), el tipo de contenido (frases, videos selfie, encuestas, tips, detrás de escena, promociones), la modalidad discursiva (informativa, emocional, lúdica, comercial), los recursos interactivos (stickers, encuestas, links, música, subtítulos) y las estrategias de construcción del vínculo (agradecimientos, desafíos, preguntas abiertas, etc.). El análisis de las historias destacadas resulta particularmente relevante, dado que conforman un archivo curado por el propio enunciador, que condensa los núcleos temáticos y los valores identitarios que desea mantener visibles de manera permanente.

La cuarta grilla incluye tanto los reels como los lives, en tanto formatos audiovisuales privilegiados por las influencers del campo del Health Coaching. En este apartado se observan la modalidad narrativa (tutorial, storytelling, entrevista, “un día conmigo”, promoción o reflexión), la puesta en escena (mirando a cámara, voz en off, colaboración o clips de rutina), los recursos audiovisuales (música, edición, subtítulos, efectos visuales), el tipo de autoridad enunciativa (técnica, experiencial, emocional o espiritual) y las estrategias de interacción (humor, empatía, participación del público o agradecimientos). En el caso de los *lives*, se analiza además la dinámica conversacional, la presencia de invitados y la función del

intercambio (informar, compartir experiencias, responder preguntas o legitimar discursos de bienestar mediante la colaboración con otros expertos o influencers).

Por último, la quinta grilla corresponde a una síntesis comparativa, que permite sistematizar la información relevada en las grillas anteriores y contrastar los rasgos comunes y diferenciadores entre las tres cuentas. Este espacio de síntesis resulta fundamental para identificar regularidades discursivas dentro del campo del Health Coaching en Instagram, así como para señalar divergencias relacionadas con la formación, el posicionamiento temático o las estrategias de enunciación y vínculo con la audiencia.

El diseño de esta matriz se sustenta en una perspectiva cualitativa y comparativa, que busca relevar las huellas discursivas presentes en los diferentes formatos de la plataforma, considerando tanto sus dimensiones textuales y visuales como las interacciones performativas propias de los entornos digitales (Scolari, 2018; Carlón, 2021). La articulación entre los distintos niveles de análisis permite, así, observar cómo el discurso del Health Coaching se configura como una práctica de mediación entre saberes técnicos, experiencias personales y estrategias de visibilización propias del ecosistema influencer.

Por su parte, la recolección de las materialidades publicadas se realizará desde la perspectiva de usuario externo, mediante tres procedimientos principales: i) el registro manual en planillas de análisis (Google Sheets), en las que se volcarán variables como tipo de publicación, temática, recursos multimodales y marcas estéticas; y ii) el uso de herramientas de archivo como Save Free Insta—que permite descargar publicaciones públicas y sus metadatos. En casos específicos, como las historias que después de 24 horas desaparecen de la plataforma, se recurre a capturas de pantalla y registros audiovisuales con fines estrictamente académicos.

Ante la cantidad de publicaciones registradas, se realiza un recorte centrado en aquellos tipos de contenidos que las comunicadoras seleccionadas trabajan con mayor frecuencia. En tanto, la segmentación de 39 materialidades en total busca priorizar los enunciados más representativos dentro de la producción de cada cuenta. Esto permite identificar aquellas huellas discursivas recurrentes dentro del ámbito de la divulgación sobre salud y bienestar en el entorno digital.

2. Marco teórico

2.1. El Health Coach como figura discursiva

De acuerdo con la Asociación Latinoamericana de Health Coaching, “un Health Coach es un agente de cambio que acompaña a las personas en la adopción de hábitos saludables. Su rol es entrenar, motivar y educar para mejorar la calidad de vida, promoviendo el bienestar físico, emocional y social. Trabaja en equipo con profesionales de la salud, conectando con redes y entornos saludables, y potencia el compromiso personal hacia una vida más plena y equilibrada”.

En el universo discursivo de Instagram, el Health Coach no solo comparte saberes técnicos o experiencias personales, sino que se construye como una figura que encarna coherencia, compromiso y autoridad en el ámbito del bienestar. Esta triple dimensión es central para comprender su posición enunciativa: coherencia entre lo que enseña y lo que practica; compromiso con la transformación de la vida de los seguidores; y autoridad simbólica como referente dentro de una comunidad digital que valida su legitimidad.

Este modo de enunciación da lugar a la emergencia de una nueva forma de interacción en el campo de la salud, que reconfigura los vínculos tradicionales entre médico y paciente. La relación ya no se organiza únicamente desde la asimetría profesional–paciente, sino que se amplía a la lógica profesional–audiencia, en la cual el coach establece un vínculo de cercanía, horizontalidad y accesibilidad con sus seguidores. Se trata de un fenómeno que merece atención, pues constituye una modalidad novedosa de comunicar y vehicular saberes vinculados al bienestar, y al mismo tiempo tensiona los límites entre divulgación, acompañamiento pedagógico y práctica terapéutica.

El Health Coach se presenta como referente en salud integral, a partir de una combinación de formación técnica (formal o no formal), experiencia personal y estilo de vida propio. Su autoridad no se funda únicamente en certificaciones académicas o profesionales, sino en la experiencia vivida, el ejemplo personal y la capacidad de sostener un relato coherente sobre el bienestar. Este tipo de figura se ubica en una zona de frontera entre lo terapéutico, lo

comercial y lo comunicacional, lo que habilita la oportunidad de acercar saberes sobre bienestar a públicos amplios, desde un lenguaje accesible y motivador.

Esta figura se posiciona como experto no tradicional, cuyo saber se valida más por su capacidad de inspirar, conectar emocionalmente y mostrar resultados visibles que por la certificación académica tradicional. En ese sentido, el Health Coach responde a una lógica de experticia contemporánea, donde el saber técnico se entrelaza con una narrativa de autenticidad y experiencia vivida.

Sin embargo, con la expansión de las redes sociales como espacios de circulación de saberes, experiencias e identidades, esta figura ha experimentado una transformación significativa en su modo de posicionarse y operar socialmente.

Si bien el Health Coaching no surge como una práctica propia del entorno digital, su consolidación actual se encuentra profundamente atravesada por las lógicas de las plataformas sociales. La figura del Health Coach —originalmente concebida como guía o acompañante en procesos de transformación personal orientados al bienestar— experimentó una notable transformación a partir de su irrupción en redes como Instagram, donde el enunciador no solo comunica saberes, sino que también construye una identidad pública y mediática.

En este nuevo escenario, el Health Coach se convierte en influencer, esto es, en una figura que no solo asesora, sino que también produce contenido, genera comunidad y construye autoridad discursiva a través del contenido que comparte en las redes sociales. Este pasaje implica una resignificación de su rol: ya no se limita a intervenciones personalizadas o espacios terapéuticos, sino que se posiciona como un agente que promueve estilos de vida saludables desde una lógica aspiracional.

En particular, Instagram, por su impronta emocional y altamente interactiva, se convierte en la plataforma mediática que permite a estos actores desplegar su actividad, es decir, no sólo como asesores de salud sino también como figuras influyentes con capacidad de generar comunidad, transmitir estilo de vida y construir autoridad discursiva. A través del contenido publicado en sus cuentas, los Health Coaches construyen una presencia constante, en la que se

entrelazan la vida personal, el conocimiento profesional y la comercialización de productos o servicios.

En tanto, esta transformación o pasaje desde el espacio terapéutico al espacio mediático no significa una ruptura o abandono de la práctica original, sino una reconfiguración de la práctica del Health Coaching, adaptada a los códigos, ritmos y formatos de las plataformas. En este nuevo territorio discursivo, el coach no solo habla de salud: encarna un modelo, lo visibiliza y lo comparte estratégicamente, convirtiéndose en un actor clave de la circulación de sentidos sobre el bienestar en la era digital.

Este doble rol —como referente en salud y como influencer digital— da cuenta de una figura híbrida, en la que confluyen lo terapéutico, lo comunicacional y lo comercial. Así, el Health Coach comparte saberes como un experto no convencional, cuya palabra se legitima en el espacio digital por su eficacia comunicacional, por su impacto simbólico y por la conexión emocional que establece con su audiencia.

2.2. El Health Coaching como modalidad terapéutica

El Health Coaching es una práctica relativamente nueva en el país, que expresó un auge en la época de pandemia y post-pandemia debido a la cantidad de usuarios que buscaban alternativas novedosas en cuanto a salud mental, física y espiritual. Precisamente, cada vez más instituciones ven ese cambio en el estilo de vida como la clave para prevenir y tratar la mayoría de enfermedades que sufre la sociedad occidental hoy en día.

Si bien esta nueva modalidad comenzó en Estados Unidos, pronto llegó a la Argentina, y hoy son varios los referentes locales que despliegan sus conocimientos en Instagram.

Como explica Melinda H. Huffman en su artículo “Health Coaching: A New and Exciting Technique to Enhance Patient Self-Management and Improve Outcomes”, 2007, hubo un cambio de paradigma en cuanto a atención sanitaria. Antes el profesional de la salud recetaba y prescribía, mientras que el paciente se limitaba a seguir las indicaciones.

"A diferencia del asesoramiento, el entrenamiento en salud (health coaching) es un proceso de colaboración donde el profesional de la salud facilita el autodescubrimiento y el establecimiento de metas por parte del paciente" (Huffman, 2007, p. 272, traducción propia). La autora explica que hoy en día esa atención convencional no es suficiente para lograr que los pacientes modifiquen su estilo de vida y adopten nuevos hábitos saludables. Se requieren recursos y estrategias específicas para motivar al paciente a realizar estos cambios y a tomar un papel activo en la gestión de su propia salud.

"El entrenamiento en salud (health coaching) no es 'decirle' al paciente qué hacer, ni es simplemente dar consejos o educación al paciente de la manera tradicional. Es una forma específica de hablar con las personas sobre su salud que les ayuda a encontrar su propia motivación interna para el cambio y a resolver sus propios problemas" (Huffman, 2007, p. 272, traducción propia).

A pesar de la creciente relevancia del Health Coaching a nivel global y de las diversas interpretaciones sobre sus orígenes, se observa una escasez de estudios académicos sobre esta disciplina en Argentina. De hecho, la mayoría de las investigaciones locales se centran en la efectividad clínica o en modelos de negocio.

"La primera manifestación de promoción de la salud a través de modificaciones en el estilo de vida surgió en la década de 1950. Debido a las elevadas tasas de cáncer, enfermedades cardíacas y accidentes cerebrovasculares en aquel entonces, los lugares de trabajo comenzaron a invertir en programas de salud y bienestar para sus empleados. En las décadas de 1960 y 1970, con el respaldo del gobierno federal, los empleadores reconocieron la salud holística como una vía para incrementar la productividad de sus trabajadores" (Health Coach Institute).

A medida que la definición de bienestar evolucionó, la idea de capacitar a las personas ganó mayor aceptación. De la mano de nuevas organizaciones e instituciones, el movimiento moderno de coaching de salud se inició a principios de la década de 1990 en Estados Unidos. Se funda en la ciudad de Nueva York el aclamado Institute for Integrative Nutrition (IIN). Inicialmente, se trataba de un curso de cocina macrobiótica que congregaba a una veintena de participantes interesados en el debate sobre salud y bienestar (es.integrativenutrition.com). En

1993, la denominación "Health Coach" comenzó a ganar reconocimiento en el ámbito profesional.

Al día de hoy, algunos países como Estados Unidos han avanzado hacia una regulación parcial con certificaciones. En 2016, se estableció la Junta Nacional de Coaching de Salud y Bienestar (NBHWC), que profesionalizó el campo del coaching de salud dentro de Estados Unidos mediante la creación de estándares para todos los programas de coaching, así como un examen de certificación administrado por la Junta Nacional de Examinadores Médicos.

La pandemia de COVID-19 fue un punto de inflexión clave que aceleró la expansión del mercado del Health Coaching. El confinamiento, el cierre de gimnasios y centros de bienestar, así como la interrupción abrupta de rutinas diarias, generaron un aumento en los niveles de ansiedad y estrés a nivel global. Como consecuencia, se intensificó la demanda de apoyo en salud mental y emocional, y el coaching de salud —particularmente en formato digital— emergió como una alternativa accesible y eficaz. Esta creciente preocupación por el bienestar mental y conductual llevó a muchas personas a replantearse sus prioridades de salud.

A partir de 2021, se observa una expansión continua de programas acreditados y un mayor reconocimiento institucional a través de alianzas con sectores médicos y de seguros. En esa misma época, en Argentina se fundó la Asociación Latinoamericana de Health Coaching (ALAHC), una organización sin fines de lucro establecida en Argentina con alcance en toda Latinoamérica.

Aunque su expansión ha sido significativa en los últimos años, en Argentina la profesión del Health Coaching no cuenta con regulación estatal ni certificación oficial universal; en cambio, existen diversas instituciones privadas que acreditan programas de formación, tanto locales como internacionales, y que influyen en los estilos de discurso y en la legitimidad percibida por la audiencia.

Esto genera, por un lado, una flexibilidad discursiva que permite a muchos actores apropiarse del término y resignificarlo, pero, por otro, una ambigüedad que dificulta su institucionalización y su validación desde una perspectiva académica.

2.3. Teoría de los discursos sociales

La presente investigación se inscribe en la teoría de los discursos sociales desarrollada por Eliseo Verón (1993), la cual parte del supuesto de que toda producción de sentido es necesariamente social y que todo fenómeno social comporta, como una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido. Desde esta perspectiva, el sentido no es una entidad abstracta ni individual, sino un proceso históricamente situado que se manifiesta en prácticas discursivas concretas.

Verón sostiene que este doble anclaje —el carácter social del sentido y la dimensión significativa de lo social— solo puede ser abordado analíticamente cuando la producción de sentido es considerada como discursiva. En sus términos, “solo en el nivel de la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa” (Verón, 1993, pp. 125-126).

Desde este marco, el discurso se define como una configuración espacio-temporal de sentido, es decir, como un recorte específico dentro de la red infinita de la semiosis. Todo discurso se produce en un tiempo y un espacio determinados y se materializa siempre en un soporte concreto —lingüístico, visual, audiovisual o corporal— que hace posible su análisis (Verón, 1993).

En relación con el análisis discursivo, Verón distingue dos posiciones analíticas que no deben confundirse: el análisis en producción y el análisis en reconocimiento. Mientras que el primero se orienta a reconstruir las relaciones entre un discurso y sus condiciones de producción, el segundo se focaliza en los efectos del discurso y en las modalidades de su reconocimiento social (Verón, 2004). Dado que el presente trabajo se interesa por describir las operaciones discursivas que configuran la enunciación en contenidos producidos en Instagram, la investigación se sitúa explícitamente en el nivel de la producción discursiva.

En este sentido, el análisis de los discursos consiste en la descripción de las huellas que las condiciones productivas dejan en la materialidad discursiva. Estas huellas permiten reconstruir las reglas que organizan la producción del sentido y que Verón conceptualiza como gramáticas discursivas, entendidas como “conjuntos de reglas de producción o de

reconocimiento que ponen en relación condiciones con elementos identificables en la superficie discursiva” (Verón, 1993, p. 137).

Un aspecto central del enfoque veroniano es el carácter comparativo del análisis. Según el autor, no es posible analizar un discurso de manera aislada, sino únicamente en relación con otros discursos sometidos a condiciones productivas diferentes o equivalentes. El análisis discursivo es, por definición, interdiscursivo, ya que busca identificar tanto las diferencias como las regularidades que permiten reconocer invariantes dentro de una misma clase discursiva (Verón, 1993).

Esta perspectiva resulta particularmente pertinente para el estudio de discursos producidos en plataformas digitales como Instagram, cuyo carácter multimodal y heterogéneo —imagen, video, texto, sonido, cuerpo— amplía las posibilidades de análisis propuestas para la prensa gráfica y otros medios. No obstante, los principios teóricos desarrollados por Verón mantienen su vigencia, en tanto permiten describir cómo se articulan las condiciones sociales, técnicas y simbólicas en la producción de discursos mediatizados contemporáneos.

2.4. Estrategias discursivas

Para el análisis en producción, Eliseo Verón distingue tres nociones fundamentales: tipo, género y estrategia. En un universo discursivo donde la oferta temática puede resultar relativamente homogénea, la estrategia enunciativa se convierte en el principal recurso para construir la “personalidad” de un discurso, en tanto permite definir un vínculo específico con los destinatarios. En palabras del autor:

“En un universo de discurso en el que, desde el punto de vista del contenido, la oferta es más o menos la misma, el único medio que tiene cada título de construir su ‘personalidad’ es una estrategia enunciativa propia, es decir, construyendo cierto vínculo con sus lectores” (Verón, 1987, p. 15).

Desde esta perspectiva, la descripción de un tipo discursivo no remite a un contenido fijo, sino a la identificación de múltiples estrategias, de sus variaciones a lo largo del proceso discursivo y de sus adaptaciones según el soporte signifiante. Tal como señala Verón:

“La descripción de un ‘tipo’ supone pues la descripción de múltiples estrategias, de procesos de intercambio, de variaciones de cada estrategia a lo largo de un proceso discursivo, de modificaciones de las estrategias según el soporte significativo” (Verón, 1987, p. 15).

En este marco, la oposición entre enunciado y enunciación resulta central para distinguir entre aquello que se dice y las modalidades del decir. Es en la enunciación donde se configura el dispositivo enunciativo, entendido como el conjunto de operaciones mediante las cuales el discurso construye la imagen del enunciador —el lugar desde el cual habla y la relación que establece con lo dicho—; la imagen del destinatario —a quién se dirige y qué posición le asigna—; el tipo de vínculo que se propone entre ambos (Verón, 1987).

A partir de estos supuestos, la presente investigación se orienta a analizar conjuntos discursivos producidos en cuentas de Instagram sujetas a condiciones productivas diferentes, con el objetivo de describir cómo se construye la figura del enunciador, cómo se configura el destinatario y qué modalidades discursivas organizan la relación entre ambos.

Desde esta perspectiva, hablar de estrategias discursivas implica rastrear operaciones recurrentes que configuran sentidos en la materialidad discursiva. Verón define las estrategias como “las variaciones atestiguadas al interior de un mismo tipo de discurso” (2004, p. 197). En adición, Raimondo Alsemino (2010) subraya que estas estrategias permiten reconocer la personalidad enunciativa que se construye en el discurso y los modos de vinculación con los destinatarios.

En el análisis de discursos audiovisuales y digitales, estas estrategias no se limitan a lo estrictamente lingüístico. Como advierten Bitonte y Demirdjian (2001), las estrategias enunciativas incluyen dimensiones kinésicas, proxémicas, corporales, visuales y sonoras, así como el tratamiento del espacio, la imagen, el color y el sonido, siempre que estas manifestaciones presentan regularidades que funcionan como significantes. En este sentido, la enunciación involucra un conjunto de elecciones, evaluaciones y posicionamientos que dejan huellas perceptibles en el discurso.

Este enfoque se articula con la noción veroniana de contrato de lectura, que permite describir cómo los discursos construyen expectativas de recepción y definen una relación específica entre enunciador y destinatario. No solo lo que se dice, sino fundamentalmente las modalidades del decir, contribuyen a configurar la imagen del enunciador, la figura del destinatario y el vínculo que se establece entre ambos (Verón, 1985).

2.5. Ampliación analítica del modelo veroniano

En relación con las modalidades enunciativas, Eliseo Verón (1987) distingue zonas descriptivas, didácticas, programáticas e interpelativas, formuladas originalmente para el análisis del discurso político. Estas modalidades permiten identificar distintas configuraciones del decir y los modos en que el enunciador establece su red de relaciones con las entidades del imaginario y con sus destinatarios. Sin embargo, el propio autor advierte que dichas zonas no operan de manera aislada, sino que se entretajan y varían según las condiciones productivas y la posición de enunciación dentro del campo discursivo (Verón, 1987, p. 6).

No obstante, al analizar discursos contemporáneos producidos en plataformas digitales —y particularmente en el ecosistema influencer— se advierte la recurrencia de configuraciones enunciativas que no se ajustan plenamente a estas categorías. Si bien en estos discursos pueden reconocerse rasgos propios de la modalidad didáctica —en tanto organizan el contenido como enseñanza— y de la modalidad interpelativa —en tanto convocan directamente al destinatario—, ninguna de ellas resulta suficiente para dar cuenta, por sí sola, del modo en que se construye la autoridad discursiva y el vínculo con la audiencia.

En este sentido, se propone sumar, con fines analíticos, la noción de *modalidad testimonial-experiencial*, entendida como una configuración enunciativa atravesada por la exposición del yo, la narrativización de la vida cotidiana y la performatividad de la experiencia en primera persona. Es decir, la vivencia individual del enunciador opera simultáneamente como evidencia, método y contenido del discurso. En esta modalidad, el saber transmitido no se presenta como derivado de una institución o de un principio general abstracto, sino como resultado de una trayectoria vital narrada: el influencer se propone a sí mismo como modelo de transformación posible.

Esta modalidad se configura como un dispositivo híbrido que articula dimensiones narrativas, afectivas y pedagógicas. El enunciador construye credibilidad, cercanía y confianza a partir del relato de la experiencia personal. Retoma elementos del modo didáctico, en la medida en que organiza la experiencia como aprendizaje, pero lo hace desde un saber subjetivo y situado. Al mismo tiempo, incorpora rasgos del modo interpelativo, aunque no desde una autoridad jerárquica o prescriptiva, sino desde una lógica de cercanía afectiva y horizontalidad.

Sin embargo, el rasgo constitutivo de la modalidad testimonial-experiencial es la centralidad del yo como fuente de verdad discursiva. La vivencia personal funciona simultáneamente como evidencia, método y contenido del discurso. En este sentido, la experiencia personal se convierte en argumento, y el relato del propio recorrido habilita una promesa implícita de posibilidad: aquello que fue vivido por el enunciador se presenta como potencialmente replicable por el destinatario.

De este modo, la modalidad testimonial-experiencial excede las zonas descriptiva, didáctica e interpelativa tal como fueron formuladas por Verón, ya que no se limita a describir una situación, ni a enunciar un principio general, ni a interpelar al destinatario desde una posición de autoridad, sino que articula testimonio, experiencia, motivación y cambio. El vínculo que se propone con el destinatario se orienta a generar identificación y acompañamiento antes que instrucción o prescripción.

Lejos de constituir una ruptura con el modelo veroniano, esta propuesta se inscribe como una ampliación analítica situada, orientada a dar cuenta de prácticas discursivas propias del ecosistema influencer contemporáneo. En estos discursos, la autoridad se sostiene en la transparencia y en la narrativa emocional del yo, elementos que resultan centrales para comprender la producción de sentido en plataformas digitales. La recurrencia sistemática de esta modalidad en el corpus analizado justifica su conceptualización como herramienta teórica pertinente para el estudio de las estrategias discursivas del Health Coaching en Instagram.

2.6. Sobre el enunciador

La figura del influencer puede ser comprendida, desde una perspectiva comunicacional, como una actualización contemporánea de la noción de líderes de opinión, desarrollada por Paul F.

Lazarsfeld y Herbert Menzel a mediados del siglo XX. A partir de investigaciones empíricas basadas en encuestas y sondeos, estos autores observaron que, en todo grupo social, emergen individuos particularmente activos en la circulación de información, capaces de mediar entre los medios masivos y su entorno inmediato (Lazarsfeld & Menzel, 1963).

Este hallazgo dio lugar al denominado modelo de la comunicación en dos pasos (*two-step flow of communication*), que describe un proceso de circulación de mensajes desde los medios hacia sujetos socialmente reconocidos -los líderes de opinión- y, desde estos, hacia los receptores finales. Este modelo de comunicación en dos pasos permitió identificar actores dotados de visibilidad, legitimidad temática y capacidad de influencia, capaces de interpretar, resignificar y redistribuir la información dentro de sus grupos de pertenencia (Lazarsfeld & Menzel, 1963).

Si bien el ecosistema mediático contemporáneo presenta transformaciones profundas respecto del contexto de los medios masivos, la lógica de la influencia persiste bajo nuevas formas. En el marco de las plataformas digitales, esta función es asumida por la figura del influencer, entendida como un actor que ejerce influencia sobre un público específico a partir de su posicionamiento como referente en un área temática determinada. Estos sujetos comparten atributos que los diferencian del resto de los usuarios: transmiten confianza, despliegan habilidades comunicativas, gestionan de forma estratégica su imagen pública, exhiben un dominio sobre la materia que abordan y sostienen vínculos de reciprocidad con sus seguidores. Como señala Van Dijck (2013) en *La cultura de la Conectividad*, la identificación de actores con redes amplias y activas constituye hoy un elemento central de las estrategias comunicacionales y de marketing en plataformas digitales.

Desde el punto de vista sociosemiótico, los influencers no deben ser abordados únicamente como figuras del marketing digital, sino como enunciadores. En términos de Verón, todo discurso construye un dispositivo de enunciación que incluye “la imagen del que habla, la imagen de aquel a quien se dirige y la relación que el discurso propone entre ambos” (Verón, 2004, p. 172). En este sentido, el influencer no solo produce enunciados —contenidos sobre determinadas temáticas—, sino que configura una posición enunciativa reconocible, estabilizada y reiterada en el tiempo.

Carlón sostiene que los sujetos contemporáneos se constituyen como enunciadores hipermediáticos al unificar en el dispositivo del perfil tanto su dimensión discursiva como su

identidad extradiscursiva. En el caso de los influencers, la eficacia de su mensaje depende de la anulación de la distancia entre el sujeto empírico y el enunciador, bajo la premisa de que “quien habla es quien vive lo que muestra” (Carlón, 2017, p. 33).

"La mediatización ya no es un proceso que sucede 'afuera' de nosotros, sino que atraviesa nuestra identidad misma a través de la gestión constante de nuestros perfiles" (Carlón, 2017, p. 40). Esta dinámica se apoya en una gestión estratégica de los recursos visuales y textuales.

2.6.1. La imagen y la corporalidad

En plataformas como Instagram, “las materialidades digitales –imágenes, stories, videos, tipografías, gestos, escenarios domésticos– funcionan como parte de un único ecosistema semiótico” (Dagatti, 2020, p. 142). Bajo esta perspectiva, la imagen deja de ser un mero accesorio para convertirse en el motor de la enunciación: la imagen no ilustra el discurso, sino que lo produce. Esto coincide con el concepto de postfotografía de Fontcuberta (2016), quien sostiene que la fotografía contemporánea ha abandonado su función de archivo para adoptar un estatuto conversacional y dialógico.

En el entorno de Instagram, esta construcción enunciativa se encuentra fuertemente condicionada por la centralidad de la imagen y por las lógicas visuales de la plataforma. Tal como sostiene Manovich (2016), las imágenes que circulan en Instagram no son registros neutrales ni espontáneos, sino producciones diseñadas que responden a decisiones conscientes de encuadre, color, composición y estilo. El feed funciona así como una superficie estratégica de representación, una “vidriera” digital en la que se condensan las marcas identitarias del enunciador y en la que cada publicación se integra en una narrativa visual coherente que proyecta una identidad y marca personal.

Es así como lo visual adquiere centralidad en Instagram, tanto en la manera en que las cuentas se presentan a sí mismas y a su contenido (Leaver, Highfield, & Abidin, 2020), como en la forma en que este es interpretado y respondido por otros usuarios.

Siguiendo esta línea, Abidin (2016) habla del “trabajo de visibilidad” propio de la práctica de los influencers que tiene que ver con la presentación de sí mismos que realizan con el fin de ser notados y vistos en las redes sociales. “Los influencers deben mantener constantemente su visibilidad mediante una autopromoción estratégica y una calibración cuidadosa de su persona en línea” (Abidin, 2016, p. 89, traducción propia).

Incluso: “Los influencers realizan una forma calibrada de autenticidad que está cuidadosamente construida para parecer espontánea e íntima” (Abidin, 2016, p. 92, traducción propia).

Esta presentación de sí también puede ser comprendida a partir de los aportes de Paula Sibilia (2013), quien analiza las transformaciones contemporáneas de la intimidad en el marco de las culturas digitales. Para la autora, la Web 2.0 “viene albergando un amplio espectro de prácticas que podríamos denominar “confesionales” (Sibilia, 2013, p. 20).

En este sentido, Sibilia sostiene que “la intimidad se ha convertido en un espectáculo que se ofrece a la mirada ajena” (2013, p. 13), dando lugar a prácticas comunicativas que desplazan los límites tradicionales entre lo público y lo privado.

Se produce una reconfiguración de las formas de autoconstrucción subjetiva, en la medida en que la vida privada se vuelve visible, narrable y comunicable, y el yo se ofrece como objeto de exposición pública. “Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer click” (Sibilia, 2013, p. 21).

La autora describe este fenómeno como un proceso de expansión de prácticas confesionales en el entorno digital, en el que “millones de usuarios de todo el planeta se han apropiado de las herramientas disponibles online y las utilizan para exponer públicamente su intimidad” (Sibilia, 2013, p. 21). Estas confesiones cotidianas conforman lo que la autora denomina “un verdadero festival de ‘vidas privadas’, que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero” (Sibilia, 2013, p. 21).

"La fuerza del discurso hipermediático reside en la creencia de que no hay mediación: la percepción de que 'quien habla es quien vive' es lo que garantiza la eficacia de la enunciación en las redes" (Carlón, 2017, p. 33).

Sin embargo, Sibilia advierte que estas formas de autopresentación, lejos de constituir expresiones espontáneas o transparentes del yo, se encuentran imbricadas en tendencias hegemónicas de construcción de sí, ligadas a las lógicas del mercado y del capitalismo contemporáneo. Como señala Sibilia, estas prácticas deben ser comprendidas como manifestaciones de “un proceso más amplio, de una atmósfera sociocultural que las envuelve, las hace posibles y les concede un sentido” (Sibilia, 2013, p. 20).

En tanto, los entornos digitales se presentan como escenarios propicios para montar “un espectáculo cada vez más estridente: el show del yo” (Sibilia, 2013, p. 20). Este planteo dialoga con los aportes de Banet-Weiser (2012), quien sostiene que la presentación de sí en las plataformas digitales no puede ser comprendida como una expresión inmediata o esencial del sujeto, sino como una construcción cultural situada.

Desde esta perspectiva, la autenticidad debe ser analizada como una categoría relacional y performativa, antes que como una propiedad previa del sujeto. En las culturas contemporáneas de la visibilidad, dicha categoría se encuentra estrechamente vinculada a las lógicas del mercado y de la marca. En palabras de Banet-Weiser, “en la cultura contemporánea de la marca, la autenticidad funciona simultáneamente como un valor moral y como un valor económico” (2012, p. 10, traducción propia). Esto implica que mostrarse auténtico no solo produce efectos de credibilidad simbólica, sino que también habilita procesos de valorización económica y profesionalización del yo.

En este marco, el sujeto que se expone en redes sociales se convierte en un espacio privilegiado de producción de valor. Banet-Weiser señala que, en las culturas mediáticas contemporáneas, “el yo se convierte en un sitio privilegiado de producción de valor, donde la visibilidad y la autenticidad se entrelazan” (2012, p. 71). De este modo, la exposición del yo no constituye un mero gesto expresivo, sino una operación discursiva que articula identidad, visibilidad y legitimación.

En consecuencia, la emocionalidad que atraviesa los relatos personales no opera como garantía de verdad, sino como una estrategia discursiva eficaz para producir cercanía y confianza. En este sentido, la autenticidad se construye mediante la reiteración de determinadas prácticas performativas. En palabras de la autora, “ser auténtico implica una forma de performance: un conjunto de prácticas reiteradas que producen la sensación de un yo verdadero” (Banet-Weiser, 2012, p. 80, traducción propia).

Asimismo, la narrativización de la experiencia personal ocupa un lugar central en este proceso. “Las narrativas personales se han convertido en uno de los principales mecanismos a través de los cuales la autenticidad es producida y reconocida” (2012, p. 83, traducción propia). El testimonio, entonces, no funciona únicamente como contenido, sino como dispositivo de legitimación discursiva, capaz de transformar la experiencia individual en prueba y modelo.

Desde esta perspectiva, la naturalidad que caracteriza a muchos discursos de influencers puede ser comprendida como un efecto de producción. Tal como señala Katrin Tiidenberg en *Selfies Why We Love (and Hate) Them* (2018), aquello que se presenta como ordinario o natural en las imágenes digitales suele ser el resultado de procesos de selección, repetición y práctica. En este sentido, “los selfies no son simples expresiones espontáneas; implican trabajo, tiempo y habilidades, incluso cuando ese trabajo es intencionalmente ocultado” (Tiidenberg, 2018, p. 4, traducción propia).

Tal como sostiene Verón, la construcción de la puesta en escena es una puesta en sentido, es decir, “no hay entonces producción de sentido sin puesta en escena” (Verón, 1987, p. 77).

Esta invisibilización del trabajo resulta central para la eficacia de la autopresentación, dado que “el éxito de un selfie ‘natural’ suele depender de cuán invisible permanece el trabajo que lo hizo posible” (Tiidenberg, 2018, p. 7, traducción propia). De este modo, la estética de lo cotidiano no se opone a la profesionalización, sino que constituye uno de sus resultados más sofisticados.

“Tomar y compartir selfies constituye una forma de autopresentación que requiere monitoreo continuo, ajustes permanentes e involucramiento afectivo” (Tiidenberg, 2018, p. 6, traducción propia).

En este punto, la distinción entre fotografía testimonial y pose propuesta por Verón (1997) adquiere relevancia analítica. La fotografía testimonial es una foto tomada “en vivo”, es decir, capta el instante del acontecimiento. Se caracteriza por ser espontánea, sin embargo, cuando es consumida por primera vez, se convierte en presente puro, es decir, es el “haber estado allí” de hace algunas horas, incluso de hace algunos días.

Por su parte, la pose es “un regalo del personaje fotografiado al fotógrafo (y por su intermedio al lector)”. La misma indica el dominio del representado sobre la imagen (...) y de su propia estrategia enunciativa. En tanto, se trata de una configuración corporal ofrecida al dispositivo para ser vista.

Desde esta perspectiva, la corporalidad visible en los discursos de influencers puede ser comprendida como una construcción discursiva y condición de posibilidad de su eficacia simbólica: es a través del cuerpo que la experiencia se vuelve creíble, sensible y compartible.

El marco conceptual que permite dar cuenta de esta complejidad se apoya en el pensamiento ternario de Frege y Peirce, recuperado por Verón. El índice ocupa un lugar central para el análisis de la corporalidad. Siguiendo a Peirce, el índice se define por su vínculo de contigüidad con el objeto.

Asimismo, los índices “no tienen ninguna semejanza significativa con sus objetos, remiten a individuos, a unidades singulares, y llaman la atención sobre sus objetos por impulso ciego” (Peirce, citado en Verón, 2003, p. 160).

En este marco, Verón afirma que “la noción de funcionamiento indicial permite tratar los comportamientos sociales en su dimensión interaccional, así como las estructuraciones de los espacios sociales” (2003, p. 162), habilitando el análisis de gestos, posturas, desplazamientos y modos de ocupar el espacio como huellas significantes.

El nivel de funcionamiento indicial se organiza según una lógica metonímica. En palabras de Verón, “el nivel de funcionamiento indicial es una red compleja de reenvíos sometida a la regla metonímica de la contigüidad” (2003, p. 165). El núcleo de esta red es lo que el autor denomina la capa metonímica de producción de sentido, cuyo pivote es el cuerpo significativo.

El cuerpo, en tanto cuerpo significativo, constituye el “operador fundamental de esta tipología del contacto” (Verón, 2003, p. 167). Su funcionamiento no responde a lógicas proposicionales ni argumentativas, sino a una economía de la presencia, la proximidad y la contigüidad. En el interior de esta capa metonímica, “no existe negación posible; tampoco es posible introducir modalizaciones” (Verón, 2003, p. 170), y la materia significativa de los cuerpos actantes es “indiferente a la contradicción” (Verón, 2003, p. 171). Estas propiedades explican la potencia del cuerpo como productor de credibilidad: no razona ni discute, sino que impone sentido a través de su exposición. “Los signos emitidos por la imagen de su cuerpo le sirven para modalizar su propia palabra; son, de hecho, con respecto a ésta, metadiscursivos” (Verón, 1987, p. 59).

“En relación con la televisión, se habla más de la imagen; ahora bien, esta, lo esencial es el registro del contacto: el cuerpo significativo y la economía de la mirada” (Verón, 1987, p. 20).

Esta lógica resulta especialmente productiva para analizar discursos donde la experiencia vivida se presenta como fuente de legitimación. El cuerpo funciona allí como prueba indicial

de coherencia entre el decir y el hacer, articulando una autoridad que no se funda en saberes abstractos o institucionales, sino en una presencia encarnada que se ofrece a la mirada.

En tanto, el cuerpo puede ser conceptualizado como un operador indicial central en la producción de sentido. Su presencia convoca asociaciones inmediatas, activa cadenas metonímicas y produce efectos de autenticidad y cercanía sin necesidad de explicitación verbal. Esta centralidad del cuerpo como capa metonímica de producción de sentido resulta fundamental para comprender las modalidades contemporáneas de enunciación basadas en la experiencia, la exposición de sí y el lugar del yo.

Sin embargo, para pensar materialidades como los lives y ciertas historias que se publican en las cuentas, tal como diría Mario Carlón (2004), la cámara televisiva y la cinematográfica son herederas de la fotográfica; y la televisión sumó al tradicional registro representacional dos nuevos dispositivos: el directo y el grabado.

"La televisión es un dispositivo que permite la transmisión de imágenes y sonidos en directo. El directo es el corazón de lo televisivo porque construye un presente absoluto, un 'aquí y ahora' compartido por la instancia de la emisión y la de la recepción" (Carlón, 2004, p. 58).

Según el autor, el sujeto sabe que la cámara “no ha mirado antes que él lo que él está mirando ahora, sino que ambos, cámara y sujeto, lo están haciendo a la vez” (Carlón, 2004, pág. 183).

La transmisión televisiva en directo nos transforma en “testigos de un presente absoluto”. Puesto que ni el cine ni la fotografía habían podido convertir al espectador en “testigo mediático” (Carlón, 2004) de ese presente absoluto.

Por otro lado, la capacidad que tiene la televisión de registrar las emisiones en directo la convierten en una “máquina de la memoria del acontecer social” (Carlón, 2004).

2.7. No sólo una construcción de sí mismo

En el ecosistema de Instagram, los influencers delimitan audiencias nicho, es decir, un *target* específico al que orientan sus mensajes a la vez que construyen relaciones de cercanía y reciprocidad con sus seguidores.

Desde la perspectiva de la teoría de los discursos sociales, la figura del enunciador no se define exclusivamente por la construcción de sí mismo, sino también por la manera en que configura discursivamente a su destinatario y el tipo de vínculo que propone entre ambos. Tal como señala Verón (2004), el dispositivo de enunciación comprende simultáneamente la imagen de quien habla, la imagen de aquel a quien se dirige el discurso y la relación que se establece entre ambas instancias.

En este sentido, el destinatario no debe ser concebido como un receptor empírico ni como un sujeto preexistente al discurso, sino como una entidad construida por el propio funcionamiento discursivo. Como advierten Sigal y Verón, “Enunciador y destinatario son entidades del imaginario: son las imágenes de la fuente y del destino, construidas por el discurso mismo” (Sigal & Verón, 1985, p. 7).

Esta distinción resulta central, ya que un mismo emisor puede construir imágenes diferentes de sí mismo y de su destinatario según las condiciones productivas del discurso. El funcionamiento discursivo no consiste únicamente en producir enunciados, sino en articular una relación específica entre estas entidades imaginarias.

En palabras de los autores, “La certidumbre, la duda, la interrogación, la sugerencia, son algunos de los múltiples modos en que el que habla define su relación con lo que dice y, automáticamente, define también la relación del destinatario con lo dicho” (Sigal & Verón, 1985, p. 7).

Desde esta perspectiva, el análisis en producción permite describir las modalidades del decir mediante las cuales el enunciador construye su vínculo con el destinatario. No se trata únicamente de observar qué se dice, sino de identificar cómo se configura la relación enunciativa a través de marcas discursivas, modalidades de interpelación y operaciones de posicionamiento. El destinatario es así convocado como una figura activa dentro del dispositivo, susceptible de aceptar, negociar o rechazar la imagen que se le propone.

En el marco del análisis del discurso político, Verón desarrolla una tipología de destinatarios que resulta analíticamente productiva para pensar otros universos discursivos. En La palabra adversativa, el autor señala: “El imaginario político supone no menos de dos destinatarios: un

destinatario positivo y un destinatario negativo. El discurso político se dirige a ambos al mismo tiempo” (Verón, 1987, p. 16).

A partir de esta formulación, Verón distingue tres posiciones: el prodestinatario, el contradestinataro y el paradesinatario. El prodestinatario es definido como “esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador” (Verón, 1987, p. 17). La relación entre enunciador y prodestinatario adopta la forma de un colectivo de identificación, que se expresa discursivamente mediante el uso del “nosotros” inclusivo.

Por su parte, la figura del paradesinatario es el destinatario privilegiado de las operaciones persuasivas, ya que no adhiere ni rechaza plenamente el sistema de creencias propuesto. Como sintetiza Verón, “El discurso político es un discurso de refuerzo respecto del prodestinatario, de polémica respecto del contradestinataro y de persuasión en lo que concierne al paradesinatario” (Verón, 1987, p. 18).

En particular, la noción de prodestinatario resulta pertinente para pensar la construcción de colectivos de identificación en discursos que buscan reforzar sistemas de creencias compartidos, mientras que la figura del paradesinatario permite dar cuenta de estrategias orientadas a la persuasión y a la ampliación de la audiencia.

Desde esta perspectiva, la figura del paradesinatario adquiere una relevancia particular para el análisis de discursos que se desarrollan en plataformas digitales. En el modelo veroniano, el paradesinatario es concebido como aquel cuya creencia se encuentra en suspenso y hacia quien se orientan prioritariamente las operaciones de persuasión (Verón, 1987). No se trata de un destinatario ya convencido ni de uno abiertamente opositor, sino de una posición discursiva inestable, susceptible de ser interpelada.

Esta caracterización permite pensar que una parte significativa del trabajo enunciativo se orienta precisamente a ese destinatario potencial. La construcción de credibilidad, la insistencia en la experiencia vivida, la coherencia entre el decir y el hacer, así como la exhibición de saberes y trayectorias, pueden ser comprendidas como operaciones destinadas a reducir esa suspensión de la creencia. En este sentido, el esfuerzo sistemático por mostrarse

confiable, sólido y experimentado no se orienta únicamente al refuerzo del prodestinatario, sino fundamentalmente a la persuasión del paradesinatario.

El paradesinatario permite conceptualizar la existencia de destinatarios que aún no forman parte del colectivo de identificación, pero que son interpelados mediante estrategias orientadas a producir confianza, identificación y creencia. De este modo, la construcción discursiva del vínculo no se limita a sostener una comunidad ya constituida, sino que busca activamente ampliarla.

Desde esta perspectiva, el destinatario no es una figura homogénea ni estable, sino una posición discursiva construida dinámicamente. Analizar la construcción del destinatario implica, por lo tanto, describir las operaciones mediante las cuales el discurso intenta producir adhesión, identificación o persuasión, atendiendo siempre a las condiciones productivas que hacen posible esa relación.

En esta línea, Bitonte y Demirdjian (2001) sostienen que según lo propuesto por Verón en *El Contrato de Lectura*, la modalización supone una serie de elecciones, de evaluaciones y de posicionamientos de los sujetos, los objetos y las circunstancias.

Por elecciones se entiende del tipo "léxicas, de registro y variedad de lengua, de tipo y género discursivo, temáticas (selección y distribución de la información), retóricas, de tono y estilo, de recursos técnicos (imagen, diseño, sonido, etc.) etc. Todo lo cual da lugar, en muchos casos, a complejas negociaciones (Verón 1989)" (Bitonte y Demirdjian, 2001, p. 6).

Por su parte, las evaluaciones se realizan en la lengua, a través de adjetivos, sustantivos, adverbios, verbos, modalizadores. Pero también a través del uso significativo del color, de la banda sonora, de las tomas, los planos y los encuadres, la organización de la información, el montaje, los títulos, entre otros.

Por otra parte el posicionamiento de los objetos y los sujetos. Por posicionamiento de objetos refiere a qué clase de objetos se representan y qué lugar ocupan (central, marginal, arriba, abajo, campo, contra - campo, in, off, desplazamientos) y en virtud de esto, qué función o qué efectos de sentido pueden provocar.

“En cuanto a la descripción del destinatario, Verón (1988) señala que un tipo discursivo se define, sobre todo, por su capacidad de construir discursivamente a su destinatario, según su especificidad: el discurso publicitario, un sujeto consumidor potencial; el discurso político, un destinatario general (el ciudadano habitante de la nación) y tres más específicos (pro, para y contra - destinatario); el discurso informativo, un pro - destinatario ciudadano del país o del mundo" (Bitonte y Demirdjian, 2001, p. 6).

Sin embargo, para el presente Trabajo Integrador Final, es importante tener en cuenta los dos tipos de contrato de lectura que establece el enunciador con el destinatario propuestos por Verón: de simetría y de complementariedad.

Por simetría refiere a una relación de igual a igual, cuyas estrategias tienden a generar complicidad, confianza y familiaridad con el destinatario, a través de un registro un tanto informal, uso del tuteo, el “nosotros inclusivo”, la apelación directa a través de la mirada a los ojos, la vestimenta y la escenografía.

"En cambio, el contrato de complementariedad, se caracteriza por oponer distancia ya sea desde una posición prominente de aquel que enuncia, que habla el lenguaje deshumanizado de la ciencia, con un estilo asertivo, con verdades generales, locuciones impersonales, datos, cifras, etc. (contrato objetivo); ya desde la postura del maestro que imparte su lección a los alumnos, que da explicaciones, consejos, prescripciones, etc. (contrato pedagógico)" (Bitonte y Demirdjian, 2001, p. 7).

3. Presentación de los casos

3.1. @marti.torn

Martina Tornabere como Health Coach, comunicadora digital y runner se enfoca en inspirar a las personas a adoptar hábitos saludables para mejorar su bienestar diario. Tiene de sponsor oficial a Adidas y es fundadora de @__ass__, un emprendimiento dedicado a la venta de entradas para entrenamientos coacheados.

En su nombre a primera vista figura “Marti | Health Coach”. En la biografía agrega que es la “fundadora de @ass”, indicando su formación y profesionalización en el área de la salud. Esta descripción establece su autoridad en el tema y posiciona su contenido como una fuente confiable de información sobre bienestar. El contenido publicado de la influencer refleja autenticidad, cercanía y motivación. Utiliza un lenguaje accesible y visualmente atractivo, combinado con contenido educativo y personal, para inspirar a sus seguidores a adoptar hábitos saludables.

La formulación *"comparto mi forma de vivir el bienestar y te ayudo a crear la tuya ✨"* sugiere un desplazamiento del discurso prescriptivo hacia uno del tipo de acompañamiento horizontal. La enunciadora no se posiciona como autoridad distante que imparte saber, sino como figura que comparte una experiencia situada.

La biografía termina con “ collabs ”, señalando al enlace que propicia, ya sea para aquellas marcas que quieren colaborar con la influencer a través de colaboraciones, charlas a empresas, workshops, activaciones o canjes, y tanto para aquellos usuarios que quieren acceder a los programas, masterclass o sesiones de Health Coaching 1:1 con Marti, o acceder a guías de alimentación, a podcast en Spotify o playlists armada por la misma influencer para salir a correr. Y por último, se encuentra un link para anotarse en una carrera que organiza desde Ass.

La presencia de Adidas como sponsor oficial y la referencia a su emprendimiento @ass no constituyen únicamente datos comerciales, sino que operan como marcas de legitimación dentro del campo del bienestar y el fitness. La alianza con una marca deportiva de alcance

internacional inserta el discurso de la enunciativa en un circuito de profesionalización deportiva, ampliando su capital simbólico y reforzando su posicionamiento como referente en el ámbito del entrenamiento y la vida saludable.

La dimensión comercial no aparece dissociada del discurso de bienestar, sino que se integra orgánicamente a la construcción identitaria del perfil, consolidando una figura entre health coach, runner y emprendedora.

La cuenta de Marti se encuentra verificada desde abril de 2025. Al momento del análisis, cuenta con más de 430 publicaciones, 67,4 mil seguidores y sigue a 1.150 cuentas aproximadamente.

La mayor densidad de contenido de la influencer se caracteriza por piezas en formato video a través de historias, reels y publicaciones que documentan su día a día, entrenamientos, recetas y reflexiones personales. Por ejemplo, en un reel titulado *"Mi entrenamiento de lunes"*, muestra su rutina física y la prueba de nuevos productos deportivos. Esto no solo proporciona contenido valioso para sus seguidores, sino que también humaniza su imagen, mostrando tanto sus logros como sus desafíos.



Figura 3. Perfil de @marti.torn, Instagram (Fecha de captura: 16 de octubre de 2025).

Desde el punto de vista visual, el perfil de @marti.torn construye una narrativa centrada en la corporización del bienestar. A diferencia de una estética curada, aquí predomina un registro

que privilegia la captura del proceso cotidiano. La foto de perfil muestra a la enunciativa sentada sonriendo, en un espacio interior pero con la luz del sol en la cara, con un vaso de juego en la mano, que connota cercanía y espontaneidad.

El feed se organiza a partir de la alternancia entre registros fotográficos y audiovisuales que muestran tanto su rutina de entrenamiento como escenas domésticas o cotidianas. La paleta cromática predominante —tonos naturales, luz diurna, espacios abiertos— refuerza la idea de transparencia y coherencia entre cuerpo, entorno y mensaje.

El cuerpo en acción aparece como el signo principal de su discurso visual. Marti se muestra corriendo, entrenando, probando productos, cocinando o reflexionando: la corporalidad se convierte en vehículo del bienestar. En este sentido, puede pensarse su cuenta como una puesta en escena de la vitalidad, donde la energía, la disciplina y la alegría funcionan como valores estéticos. La cámara no distancia, sino que acompaña: la mayoría de los planos son frontales o en selfie, generando un efecto de interlocución directa con el espectador. En lugar de recurrir a la cita o la evidencia científica, su autoridad se funda en el hacer, en la congruencia entre lo que predica y lo que practica.

La estética de su cuenta remite a una figura fitness. Las historias destacadas presentan una coherencia visual orientada a la marca personal. Los íconos —que remiten al logotipo de su emprendimiento o a momentos de entrenamiento— actúan como signos de profesionalización del perfil, combinando lo personal con lo institucional. De esta forma, el discurso visual no solo comunica estilo de vida, sino también marca y modelo de negocio.

Las publicaciones con texto superpuesto (“*Progresá con hábitos*”, “*Paso a paso*”, “*La realidad sobre el descanso*”) funcionan como anclajes que sintetizan el mensaje central de cada contenido. Estos enunciados breves y directos se integran a la imagen mediante tipografías limpias y colores suaves, consolidando una estética de claridad, orden y enfoque.

En conjunto, el perfil de @marti.torn configura una estética del bienestar activo, que no se presenta como un estado excepcional ya alcanzado, sino como práctica cotidiana en construcción. El cuerpo aparece no solo como objeto de cuidado, sino como prueba de verdad, un testimonio viviente del equilibrio que promueve. Así, la enunciativa convierte su

cotidianidad en contenido, su disciplina en discurso y su cuerpo en evidencia, integrando la dimensión estética, emocional y comercial en un mismo sistema de significación.

3.2. @jazcasermeiro

En el perfil de Jazmín Casermeiro, la influencer se presenta como Licenciada en Comunicación Global (UADE) y, además, como Health Coach especializada en nutrición holística, formación que realizó en el Institute for Integrative Nutrition de Nueva York.

Al observar la biografía se advierte que los datos se organizan mediante ítems acompañados por emojis, lo cual sugiere una intención de orden y jerarquización de la información. Este formato visual facilita la lectura y, al mismo tiempo, remite a una lógica de branding personal, donde cada elemento sintetiza una dimensión de su identidad profesional.

El nombre principal del perfil se presenta de manera completa: “Jazmín Casermeiro | Salud y Bienestar 🌸”. Sin embargo, en el nombre de usuario (@jazcasermeiro) opta por la abreviación “Jaz”, forma coloquial que introduce una estrategia de cercanía y horizontalidad frente a su comunidad digital. El empleo de un apodo establece una relación de familiaridad y proximidad afectiva con sus seguidoras, reforzando el carácter empático y accesible del vínculo que propone.

En segundo lugar, debajo del nombre, se observa la etiqueta “Sitio web de salud y bienestar”, seleccionada desde las categorías que ofrece Instagram para clasificar los perfiles. Esta etiqueta posiciona a la cuenta dentro del campo de la salud. Además, anticipa las expectativas temáticas de sus publicaciones y refuerza su credibilidad como referente en la materia.

“🌸 *Ayudo a mujeres con problemas hormonales*”

El texto se encuentra redactado en primera persona, recurso que acentúa la dimensión subjetiva y confesional de la enunciación. Este uso del “yo” refuerza la idea de que el perfil no busca la distancia informativa, sino la identificación emocional con el público, presentando a Jazmín no solo como experta sino también como alguien que transita las mismas experiencias y desafíos que su audiencia.

Finalmente, la enunciativa incorpora un dato relevante sobre su formación profesional: “🧑🏻 Health Coach en @nutritionschool”. Esta mención cumple una función de legitimación discursiva, ya que aporta respaldo institucional a su práctica. En el ecosistema digital del bienestar —donde la autoridad suele construirse entre la experiencia personal y la certificación profesional—, esta referencia constituye una marca de autenticidad y credibilidad.

En el cierre de la biografía se observa un llamado a la acción (“💌 Escíbeme “ayuda” y empezamos”) seguido de un enlace externo (linktr.ee) que redirige a un sitio con recursos propios: un recetario de desayunos, almuerzos, meriendas y cenas y una guía visual para comprender los cambios corporales durante el ciclo menstrual.

Desde febrero de 2025 su cuenta se encuentra verificada, lo que consolida su legitimidad dentro del ecosistema digital. Al momento del análisis, cuenta con más de 302 publicaciones, 47,6 mil seguidores y sigue a 1.109 cuentas aproximadamente.



Figura 4. Perfil de @jascasermeyro, Instagram (Fecha de captura: 16 de octubre de 2025).

En el plano visual, el perfil de @jascasermeyro articula una estética de naturalidad, cercanía y transparencia, en sintonía con los valores discursivos del bienestar y la salud integral. La foto de perfil —donde la enunciativa aparece abrazando a un perro al aire libre, en un entorno verde y luminoso— condensa visualmente los ejes de su identidad: el vínculo con la

naturaleza y la sencillez cotidiana. La elección de una imagen en exteriores, con luz natural y sin artificios evidentes de posproducción, refuerza la idea de autenticidad y coherencia entre el decir y el mostrarse.

La paleta cromática predominante en su foto de perfil y en las historias destacadas se compone de tonos suaves y orgánicos (verdes, rosados, naturales), los cuales connotan calma, armonía y equilibrio. Cada historia destacada presenta una flor como imagen de portada, lo que consolida una identidad visual coherente con el campo semántico del bienestar, la feminidad y los ciclos naturales. Esta elección no es azarosa: las flores operan como metáforas visuales del crecimiento y la transformación, ejes centrales de su discurso terapéutico.

En cuanto al feed, se observa un formato que combina el video testimonial —con encuadres frontales, iluminación natural y un tono conversacional— con imágenes personales y momentos de viaje o descanso. El predominio del plano medio y del rostro en primer plano enfatiza la función pedagógica del discurso: el cuerpo y la voz de la enunciadora se convierten en soportes del mensaje, garantizando la identificación y el efecto de sinceridad.

La influencer no presenta una lógica aspiracional ni motivacional, sino didáctica. Organiza su discurso en clave explicativa y orientadora, mediante afirmaciones categóricas (“¿Sabías que vivir con síntomas es común pero no es normal? NO ES NORMAL”) y formulaciones instructivas que delimitan lo correcto y lo incorrecto dentro del campo de la salud hormonal. En términos del contrato de lectura, se advierte una configuración más cercana a la complementariedad pedagógica que a la simetría. La autoridad no se construye desde la distancia, pero tampoco desde la horizontalidad plena: se trata de una guía que enseña desde una posición ya consolidada.

La reiteración de la fórmula “como health coach...” (por ejemplo: “5 COSAS QUE NUNCA HARÍA SIENDO HEALTH COACH”) funciona como credencial y posicionamiento de la enunciadora como experta y autoridad en lo que refiere a salud integral.

“Yo pasé por todo mi proceso que te conté en el video muy sola. Si, los resultados fueron magníficos y recuperé mi salud... Pero lo hice muy sola, muy angustiada y muy desesperada.

Me duele cuando escucho historias similares a la mía, son demasiadas historias así. Pero hay luz al final del túnel ❤️”

El recurso testimonial ocupa un lugar central en la construcción de su identidad discursiva. Sin embargo, a diferencia de una modalidad de acompañamiento horizontal basada en el proceso compartido, la experiencia personal aparece como un antecedente superado. La enunciativa se muestra vulnerable en el relato retrospectivo. Sin embargo, la influencer encarna la narrativa de “hay luz al final del túnel”, es decir, es posible pasar de la oscuridad a la luz y ella es quien atravesó ese túnel y lo cuenta desde el otro lado.

3.3. @gaiabidin

Gaia Bidin se presenta como guía de salud y bienestar articulando el universo del lujo, la moda y la espiritualidad. Su trayectoria vital, atravesada por crisis personales y profesionales, constituye un elemento central en la construcción de su posición enunciativa. Según expresa en su propio relato, atravesó “tres colapsos nerviosos”, experiencia que opera como punto de inflexión biográfico y que justifica su reorientación profesional hacia el campo del Health Coaching.

Además de exhibir credenciales técnicas, la influencer construye su posición enunciativa desde una experiencia transformadora que denomina “viaje hacia el bienestar”, concebida como una experiencia integral que articula alimentación consciente, espiritualidad aplicada y equilibrio emocional. En este sentido, su autoridad no se sustenta exclusivamente en certificaciones formales, sino también en la narrativa de una experiencia personal.

El lema que estructura su marca personal —“Ayudarte a reconectar con tu fuerza interior y desbloquear tus limitaciones inconscientes para que experimentes el estar bien, desde un estado de consciencia totalmente presente y empoderado”— sintetiza en su perfil. En esta formulación se condensan los valores de autoconocimiento, manifestación y empoderamiento que organizan su comunicación digital.

El perfil propone, así, un estado al que se accede. El bienestar se presenta como una condición estilizada y aspiracional. La enunciativa no se posiciona como compañera de proceso, sino como figura que encarna el equilibrio al que el destinatario aspira. De este modo, el discurso

terapéutico se entrelaza con el branding personal, configurando una identidad híbrida entre guía espiritual, empresaria y referente mediática.

No se trata únicamente de una cuenta dedicada al bienestar, sino de una puesta en escena integral que construye a través de la imagen y la edición.

Desde el primer nivel de observación —la superficie del perfil— se advierte una organización estratégica de los elementos identitarios. La categoría “figura pública”, la verificación institucional otorgada por la plataforma y la enumeración de credenciales en la biografía no funcionan como simples datos informativos, sino como marcas de posicionamiento. Al momento del análisis, cuenta con más de 900 publicaciones, 18,3 mil seguidores y sigue a 7.500 cuentas aproximadamente.

La biografía condensa los núcleos de su propuesta: “*Manifestation through Wellbeing | Health Coaching | Conscious Cuisine | Hospitality | Travel & Brand Experience Curator · Kabbalah wisdom*”. Esta enumeración señala la formación de la enunciadora y la presencia de contenidos que abarcan espiritualidad, alimentación y gestión de marca.

Desde la perspectiva veroniana, estas elecciones constituyen operaciones de modalización que construyen la imagen del enunciator antes de cualquier desarrollo argumentativo. En tanto, la autoridad que construye la enunciadora no se explicita mediante demostraciones, sino que se exhibe en la carta de presentación de la cuenta, es decir, en la organización misma de la información y el contenido que decide mostrar.

El perfil evidencia un alto grado de planificación visual. La coherencia cromática, la reiteración de escenarios refinados y la estabilidad compositiva producen un efecto de orden. Siguiendo a Manovich (2016), el feed puede comprenderse como una superficie estratégica de representación en la que cada publicación se integra a una narrativa visual más amplia.



Figura 5. Perfil de @gaiabidin, Instagram (Fecha de captura: 16 de octubre de 2025).

La dimensión visual refuerza esta coherencia discursiva. La foto de perfil, en blanco y negro, muestra a la enunciadora en primer plano, con blazer negro y teléfono móvil en mano. La postura erguida y el gesto sereno proyectan control y sofisticación. La elección del monocromo aporta atemporalidad y profesionalismo, inscribiendo la imagen en una estética más cercana a la moda editorial que a la comunicación tradicional sobre salud.

En cuanto a la organización de los servicios, el enlace linktr.ee redirige a una página profesional donde se presentan las distintas propuestas: el “Programa Manifiesta tu Bien(estar)”, sesiones personalizadas de Health Coaching y Nutrición 1:1, un canal de contacto vía WhatsApp para consultas iniciales y un enlace al Institute for Integrative Nutrition para quienes deseen formarse en la disciplina. La experiencia espiritual y terapéutica se integra así a una estructura de servicios organizada y accesible, convirtiéndose en oferta formalizada.

El discurso espiritual no aparece como experiencia espontánea, sino como práctica curada y estructurada. Retiros, programas y sesiones se articulan dentro de un modelo de negocio claramente delimitado. Y la armonía visual opera como promesa de armonía interior, es decir, como correlato del bienestar que promueve.

En esta lógica se advierte lo que Abidin (2016) denomina “trabajo de visibilidad”: la autopresentación se sostiene mediante una calibración constante de la imagen pública. La imagen que presenta es fruto de la profesionalización detrás.

La presencia recurrente de imágenes con texto sobreimpreso, diseñadas bajo una tipografía uniforme y coherente con la identidad visual general, refuerza esta planificación. La imagen y la palabra no operan de manera aislada sino como unidad enunciativa integrada. En el ecosistema Instagram, la producción de sentido se construye en la convergencia de materialidades.

Los contenidos audiovisuales permiten advertir una preparación previa y una edición consciente: la selección de tomas, organización de objetos en escena, cortes múltiples, subtítulos sincronizados, la línea cromática, repetición de rutinas visuales, uso de filtros y fotografías profesionales. Tal como plantea Tiidenberg (2018), la naturalidad en redes sociales suele ser el resultado de procesos de selección, repetición y práctica. En este caso, la narrativa de lo cotidiano se produce mediante técnicas que disimulan la intervención técnica. La intimidad se encuentra administrada.

Este aspecto resulta central para comprender la modalidad estratégica del perfil. No se trata de un registro espontáneo ni testimonial en bruto, sino de una experiencia estilizada que se organiza para producir un efecto de inmediatez. En términos de puesta en escena, se confirma que “no hay entonces producción de sentido sin puesta en escena” (Verón, 1987). Cada encuadre, cada filtro y cada transición editada forman parte de una operación estratégica que construye sentido.

3.4. Las estrategias de @marti.torn: el yo en proceso

El perfil de @marti.torn configura un dispositivo enunciativo centrado en el entrenamiento físico y el bienestar cotidiano, articulado a través de una modalidad testimonial-experiencial donde el yo se constituye como núcleo organizador del sentido. A diferencia de otros perfiles con mayor énfasis en espiritualidad o estética aspiracional, aquí el eje se desplaza hacia la acción concreta y atravesar procesos.

El “yo” ocupa una posición estructurante del discurso. Sin embargo, no se trata de un yo cristalizado como modelo acabado, sino de un enunciador en tránsito que narra su propio recorrido.

La seguidilla de seis historias publicadas el 17 de octubre, desde las primeras horas de la mañana hasta la finalización del entrenamiento, permiten observar esta dinámica con particular claridad. A lo largo de la secuencia se configura una micronarrativa de transformación que no presenta el bienestar como estado permanente, sino como resultado de una serie de decisiones y superaciones personales.

Marti atraviesa distintas emociones, expresa pensamientos negativos previos al entrenamiento y, finalmente, muestra el logro alcanzado. Esta progresión dota al relato de una carga emocional creciente y refuerza el efecto de identificación con el destinatario. Entonces, el sentido no reside únicamente en cada fragmento aislado (cada historia publicada ese día), sino en las relaciones de continuidad, contraste y complementariedad que se establecen entre las distintas materialidades discursivas. En este caso, cada historia puede entenderse como una unidad mínima de sentido —una micronarrativa— que adquiere mayor sentido al ser integrada en una secuencia mayor.

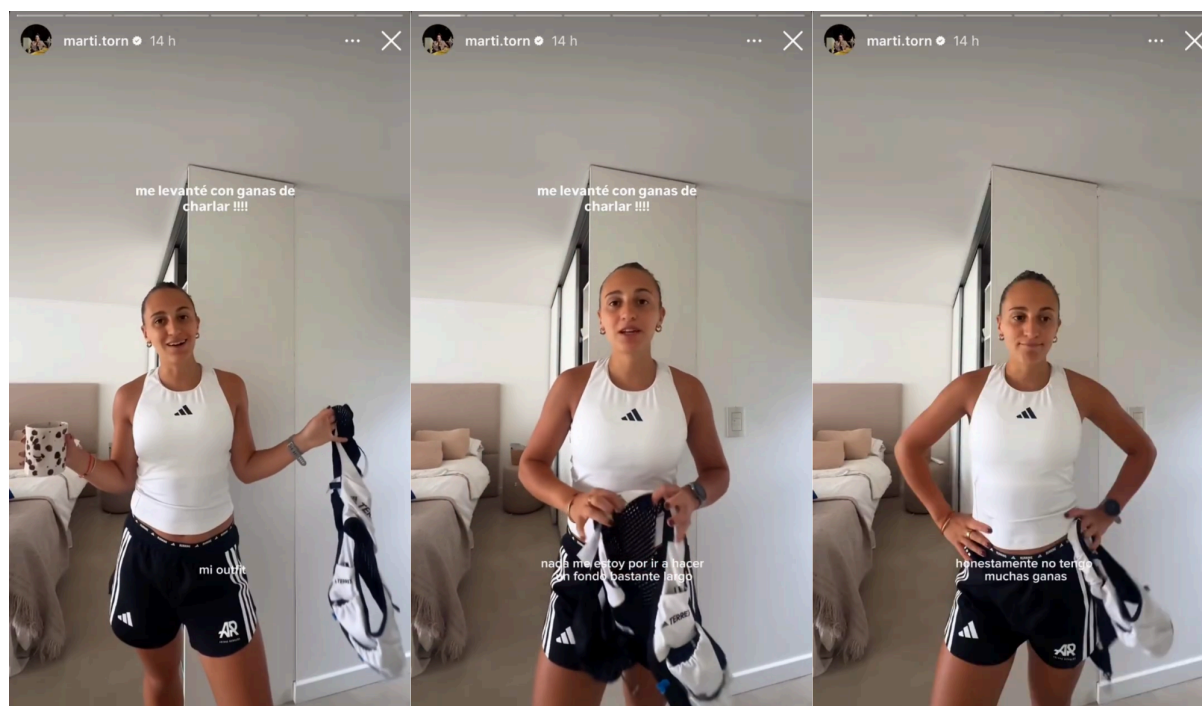


Figura 6. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@marti.torn, 17 de octubre de 2025).

A lo largo del día, Marti va construyendo una serie de episodios breves en una especie de “show del yo”: en la Figura 6, se muestra preparándose para entrenar y confiesa su desgano; en las Figuras 7 y 8 exhibe los objetos asociados a su rutina (alimentación, indumentaria, elementos de entrenamiento); luego, en la Figura 10 desarrolla una reflexión más elaborada en el asiento del conductor del auto, y finalmente, cierra la secuencia mostrando el entrenamiento completado en las Figuras 11 y 12.



Figura 7 y 8. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@martitorn, 17 de octubre de 2025).

En el entramado narrativo total (casi podemos compartir su vida, no solo lo que hace sino también lo que piensa, sus reflexiones), Marti se posiciona como un sujeto atravesado por tensiones cotidianas: alguien que, como cualquier persona, no siempre cuenta con la energía o la motivación para entrenar, que lidia con pensamientos negativos y que decide compartir ese proceso con su audiencia a modo de enseñanza. Incluso, entre historia e historia se pueden ver esos contrastes entre un enunciado y otro.

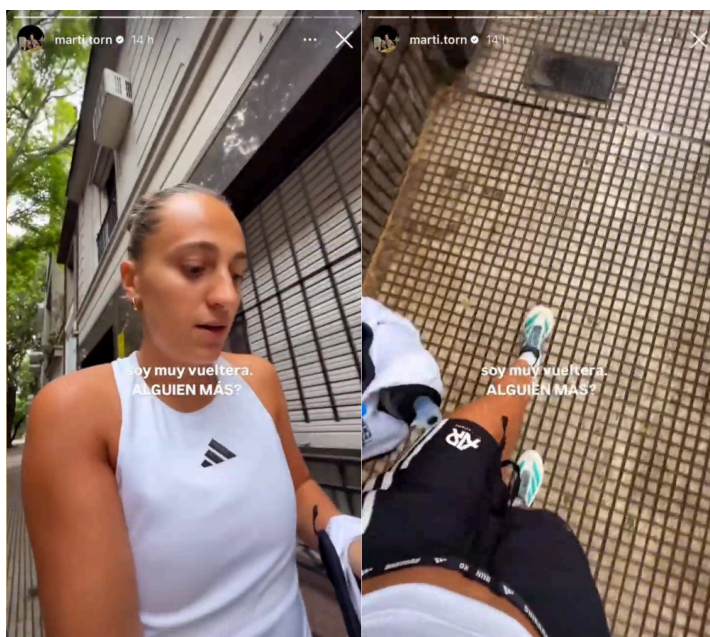


Figura 9. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@marti.torn, 17 de octubre de 2025).

No obstante, el testimonio no se agota en la exposición emocional. En la Figura 10, grabada en un video-selfie de tono íntimo y reflexivo desde el interior del automóvil, la vivencia personal se articula con una modalidad prescriptiva que organiza la experiencia en términos causales: “Si yo cambio lo que pienso, cambio lo que siento y cambio lo que puedo hacer”. La estructura discursiva convierte la experiencia en evidencia y en método al mismo tiempo.



Figura 10. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@marti.torn, 17 de octubre de 2025).

El texto sobreimpreso con tipografía manuscrita que se muestra desde el inicio de la historia (*“cuchate esto”*), subraya el tono cercano de la pieza, a su vez que se muestra como una invitación a algo que el usuario que se encuentra viendo las historias “no se puede perder”, es decir, que puede resultar algo valioso.

El video abre con una confesión de vulnerabilidad —*“en estos momentos que estoy un poco abajo”* (0:05)— que funciona como un anclaje testimonial. Esta declaración activa una lógica de identificación: la enunciadora expone sus sentimientos para generar empatía con el seguidor y mostrarse auténtica.

Esta fórmula activa la modalidad testimonial-experiencial, que funciona como puerta de entrada al discurso didáctico posterior. El testimonio no queda aislado, sino que opera como fundamento para lo que busca transmitir. La explicación se ancla en una referencia externa *“Me traigo a mi querido Joe Dispenza...”* (0:07), pero la autoridad no se delega completamente en esa fuente; permanece encarnada en la experiencia propia.

Aquí se activan rasgos de la modalidad didáctica señalada por Verón (1987), en tanto el razonamiento se ordena mediante enumeraciones y secuencias causales. Sin embargo, la dimensión pedagógica no se sostiene en una autoridad institucional o científica, sino en la experiencia narrada. La referencia al autor de best-sellers y médico destacado en los campos de la neurociencia, la meditación y la transformación personal, Joe Dispenza, no desplaza el eje de legitimación hacia el saber experto; más bien, funciona como recurso de apoyo y fundamentación.

Simultáneamente, la interpelación al destinatario aparece a través de la referencia a la segunda persona del singular: *“si vos te levantás pensando...”*, *“si vos estás en esos pensamientos repetitivos...”* (0:33). De manera complementaria, el uso del “nosotros” —*“el resultado que nosotros queremos lograr”* (0:54) — localiza al seguidor dentro de un colectivo de identificación, produciendo un contrato de lectura basado en la cercanía, la horizontalidad y la idea de un proceso compartido. La escena se presenta como una conversación íntima.

La cámara frontal, el contacto visual directo y la posición del cuerpo permiten identificar tanto características del dispositivo grabado (Carlón, 2004). El diálogo y la reflexión de la

enunciadora refuerzan la sensación de diálogo directo con el destinatario, es decir, lo que fue un "presente absoluto" (el directo, en este caso, la historia de Marti cuando terminó de correr) se transforme en un documento histórico recuperable.

Cuando esa historia es consumida por primera vez, el dispositivo grabado se convierte en parte de una “máquina de la memoria del acontecer social” (Carlón, 2004).

El destinatario implícito es un público que se identifica con la emocionalidad cotidiana, la búsqueda de mejora personal y el lenguaje motivacional. La enunciadora construye un prodestinatario que comparte valores del fitness y bienestar.

Luego de haber expuesto su propia vivencia y ofrecer herramientas, la enunciadora dirige la atención hacia una oferta formativa y convoca a su audiencia a formar parte de encuentros sobre Programación Neurolingüística con un coach especialista. La estructura del video —testimonio, explicación, interpelación, invitación comercial— configura así una estrategia discursiva coherente con su identidad como Health Coach: la experiencia personal justifica el contenido, legitima la orientación y conduce a una instancia de monetización.

El relato se cierra en las Figuras 11 y 12 con una escena de transformación: la enunciadora deja de hacer caso a esos pensamientos negativos, entrena, atraviesa el cansancio y el sufrimiento físico, y finalmente alcanza un estado de alivio, satisfacción y cambio emocional positivo. De este modo, la secuencia completa configura un microrrelato de transformación experiencial que articula emoción, reflexión y logro.

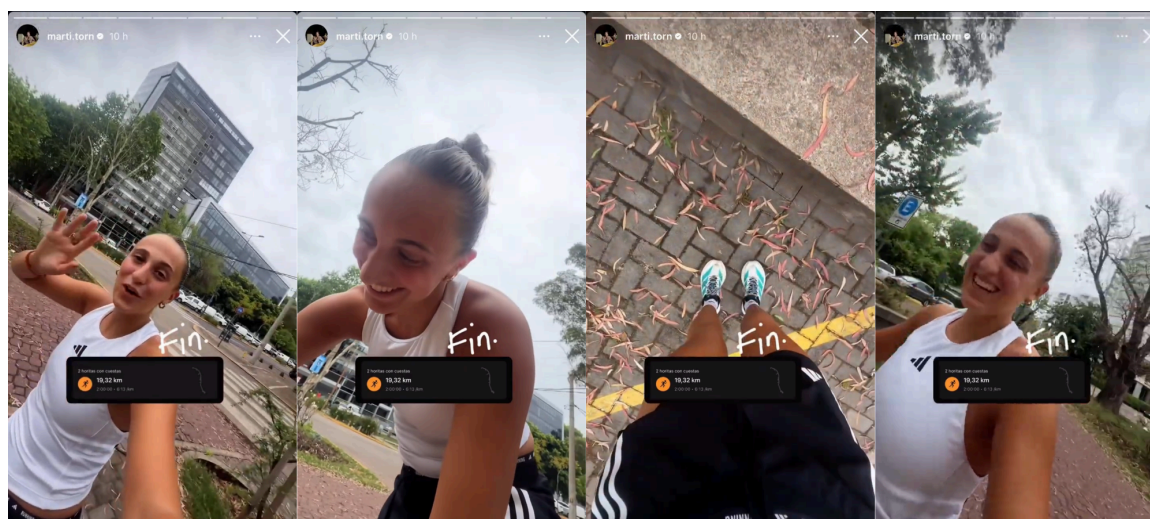


Figura 11. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@marti.torn, 17 de octubre de 2025).

La puesta en escena es fundamental: Marti se filma en primer plano, sosteniendo el celular con la cámara frontal después de correr y sonriendo “Hola” (0:00), lo que inscribe al espectador en un registro de intimidad. La escena construye un efecto de espontaneidad, asociado a la inmediatez del registro post-entrenamiento; sin embargo, este efecto no excluye la intervención técnica. Por el contrario, el video evidencia operaciones de edición —cortes en las tomas, incorporación de elementos gráficos que refuerzan la distancia recorrida— que remiten a una lógica de producción controlada. De este modo, la espontaneidad no debe entenderse como ausencia de mediación, sino como un efecto discursivo construido a partir de la articulación entre registro inmediato y tratamiento posterior del material, en línea con lo que Manovich identifica como estética profesionalizada de las plataformas contemporáneas.

El video mezcla materialidades significantes (texto, imagen, elementos gráficos) con aquello que se muestra (gestos y objetos) para producir un relato integrado. A su vez, los gráficos del sistema de running —el mapa del recorrido, los kilómetros, el ritmo, la duración total (19.32 km)— operan como recursos de legitimación.

Cuando afirma “*Corrí 19 kilómetros*” (0:04) , el discurso combina palabra y prueba visual. Siguiendo a Verón (2003), el cuerpo y los objetos que lo rodean —el sudor, la respiración, la botella de agua, la ropa deportiva empapada— funcionan como índices, en el sentido peirciano: signos que significan por contigüidad. No explican el esfuerzo; lo encarnan.

La modalidad testimonial-experiencial propuesta se refuerza cuando Marti se muestra transparente y confiesa la intensidad del entrenamiento: “*Para mi sorpresa, me divertí mucho, pero estuvo durísimo*” (0:28), “*la última media hora la pasé fatal*” (0:32). La confesión encarna el testimonio en primera persona y emana autenticidad.

El cuerpo ocupa un rol central como productor de sentido. El video alterna entre lo que Verón (1997) denomina pose fotográfica y fotografía testimonial. La selfie-cámara sostenida en mano, la disposición del cuerpo hacia adelante, la mirada directa al lente, la respiración y los gestos amplificadas como sonreír pese al cansancio y soltar un “Ah” de alivio (0:26) organizan un modo particular de mostrarse y a la vez de captar el instante del acontecimiento.

Entonces, podría decirse que la corporalidad no es solamente un objeto visible, sino un operador discursivo que organiza la totalidad del sentido. El discurso a lo largo del video encarna el esfuerzo, la enunciadora no explica qué es entrenar, sino que lo muestra.

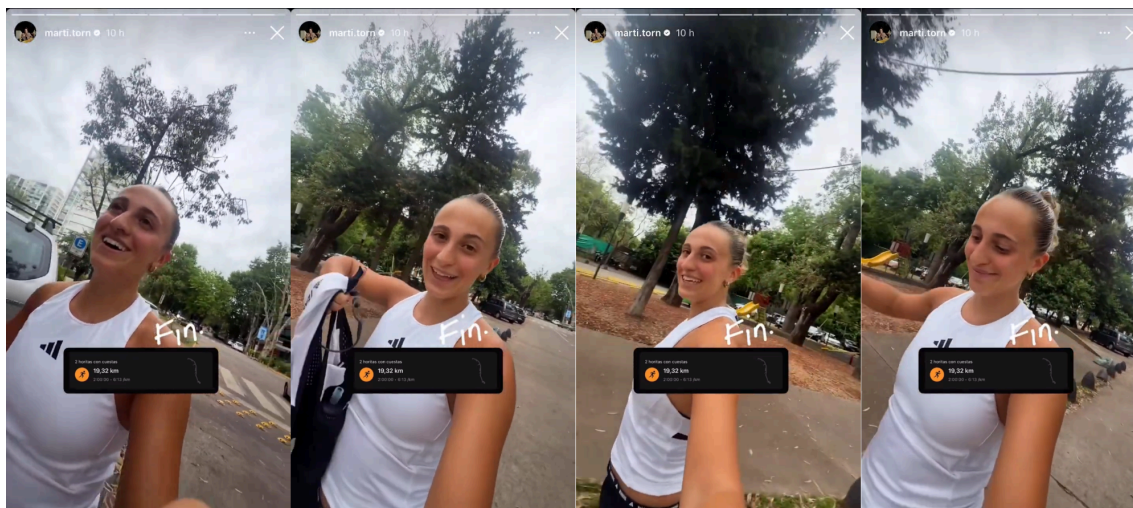


Figura 12. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@marti.torn, 17 de octubre de 2025).

El discurso se dirige al destinatario desde un registro de confesión: “*Ay, chicos, no puedo más*” (0:07), “*mi estado de ánimo ya es otro*” (0:21). El uso de expresiones coloquiales funciona como un mecanismo de horizontalización del vínculo, alineándose con la construcción del “nosotros” que la influencer propone en su perfil: ambos —enunciadora y seguidores— transitan el bienestar o entrenan para lograrlo. El destinatario queda así situado en una posición doble: como observador del esfuerzo y como potencial imitador de ese estilo de vida, o de ese entrenamiento en particular.

Por su parte, la Figura 13 analizada se construye como una micro-narrativa audiovisual que articula testimonio personal con un costado comercial, inscribiéndose plenamente en la modalidad testimonial-experiencial previamente descrita. La pieza se inicia en un espacio doméstico, con la enunciadora en primer plano, vestida de manera informal.



Figura 13. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@marti.torn, 2 de octubre de 2025).

El primer enunciado “*Tengo que ir a entrenar y para mi NO sorpresa, no tengo ganas*” instala un registro confesional que funciona como anclaje testimonial. Siguiendo a Sigal y Verón (1985), las modalidades del decir definen simultáneamente la relación del enunciador con lo dicho y la posición propuesta al destinatario. En este caso, el reel no arranca con un discurso motivacional como lo hace usualmente, sino que la confesión inicial posiciona a la enunciadora de forma más auténtica.

La enunciadora no se presenta como figura disciplinaria que prescribe desde una exterioridad normativa, sino como alguien que experimenta el mismo tipo de resistencia cotidiana que su audiencia. La confesión opera así como condición de posibilidad del vínculo. Se establece un contrato de simetría, es decir, una relación de igual a igual, cuyas estrategias tienden a generar complicidad, confianza y familiaridad con el destinatario, a través de un registro un tanto informal, uso del tuteo, el “nosotros inclusivo”, la apelación directa a través de la mirada a los ojos, la vestimenta y la escenografía.

El relato se transforma en motivación. La primera, “*grabarles la rutina*” refuerza la idea de comunidad, la enunciadora construye al destinatario como alguien que espera la publicación de la rutina de entrenamiento que realiza la influencer. La segunda motivación “*estrenar este conjunto*”, introduce el objeto comercial de manera integrada al relato personal. La prenda no irrumpe como publicidad externa, sino que plantea que el deseo de entrenar se reactiva por probar un nuevo conjunto deportivo.

La enunciadora muestra su nueva ropa de entrenamiento, se aproxima a cámara y verbaliza frases como “*no están listos para esto*”: esta frase puntual configura el destinatario como un sujeto cercano, joven y activo, sin género.

A partir de allí, el relato se desplaza hacia una secuencia de poses con un tono confidente, como si se estuviera probando ropa con una amiga o amigo íntimo. Las frases que acompañan el modelaje de la prenda (“*me siento tipo una princess*”, “*el conjunto más girly y iconic que vi en mi vida*”) están destinadas principalmente a un público femenino, y dan a entender que si el usuario de ese video compra y se prueba ese conjunto, también se va a sentir como una princesa, femenina e icónica, tal como comenta en el video.

Luego, la mención explícita a la marca Adidas y a la colaboración con la cantante Emilia Mernes (“*línea Optime de Adidas en collab con Emilia*”) se inscribe con un tono coloquial y emocionado, de tal forma que la prenda funciona como publicidad encubierta. En tanto, la prenda adquiere relevancia por una combinación de factores: su estética, la marca detrás, cómo hará sentir a la persona que decida comprar y llevar puesto el conjunto, y que se trata de una prenda fruto de una colaboración con la famosa cantante argentina.

Sin embargo, la influencer destaca un punto importante para ella, es decir, su funcionalidad: “*dicen que estas calzas son a prueba de squats*”. Este anclaje sirve como punto de partida para compartir con sus seguidores su rutina de entrenamiento. Y procede: “*las vamos a probar ya*”, y de esta forma habilita la secuencia posterior.

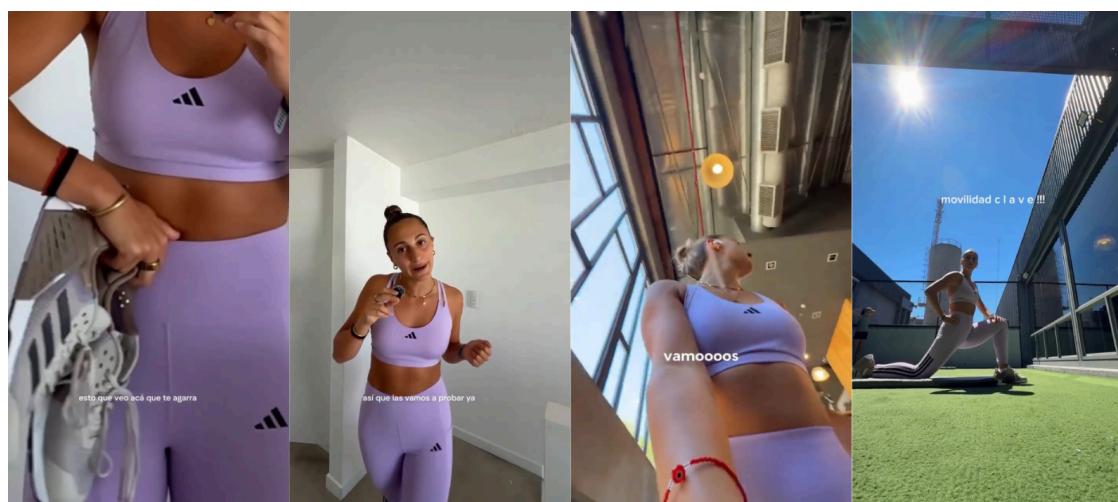


Figura 14. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@marti.torn, 2 de octubre de 2025).

La prenda “a prueba de squats” es sometida a verificación mediante la ejecución efectiva de sentadillas con peso. El texto sobreimpreso (“*movilidad clave*”, “*200 saltos a la soga*”, “*4 vueltas*”, *etc.*) cumple una función didáctica, dado que en este punto el video se organiza en consignas breves y replicables al destinatario, sin desarrollo explicativo. De este modo, el contenido comercial se integra como prolongación coherente de la experiencia personal. La publicidad no irrumpe como discurso externo, sino que se inscribe en la lógica testimonial que estructura el perfil.

Finalmente, las tomas de sentadillas con barra y de ejercicios unilaterales demuestran que la prenda acompaña el movimiento, lo que confirma empíricamente la promesa inicial (“*a prueba de squats*”).

No obstante, esta simetría convive con una dimensión modelizante: la enunciadora ya ha realizado el entrenamiento, ya ha atravesado la experiencia que propone. En este caso puntual, la invitación “*probala y contame*” devuelve la acción al destinatario, invitándolo a replicar la experiencia y a establecer un feedback. De este modo, el seguidor es construido como prosumidor: alguien que no solo observa, sino que prueba, experimenta y responde.

Esta construcción del destinatario como sujeto capaz de replicar la acción, reconoce implícitamente una diferencia de posición temporal. Se configura así un vínculo híbrido: compañera de proceso pero también guía que ya transitó ese entrenamiento y decide compartirlo. El consejo de probar la rutina de entrenamiento que armó la influencer produce un deslizamiento hacia un contrato pedagógico.

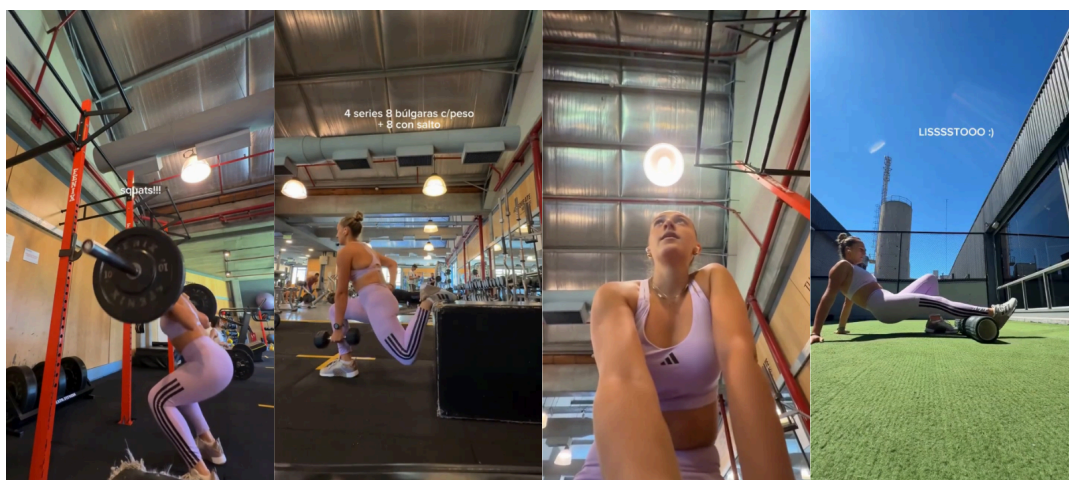


Figura 15. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@marti.torn, 2 de octubre de 2025).

En tanto, esta pieza articula testimonio y experiencia, anuncio sobre la nueva línea de Adidas (marca de la cual ella es embajadora), publicación de su rutina de entrenamiento e invitación a participar y probar la rutina. La enunciadora muestra y cuenta su experiencia a través de la exposición del cuerpo en acción, mientras que el objetivo comercial, es decir, comunicar la nueva línea de Adidas, se integra como parte orgánica del relato.

Por su parte, el reel en su totalidad, si bien se muestra cotidiano y natural, demuestra un nivel de preparación y edición posterior. La pieza incluye varios mensajes que se entrelazan entre sí, filmación de parte de su cotidianidad y luego de su entrenamiento, y luego una edición. Se muestra la utilización de un micrófono, muchos cortes, tomas, y acercamientos en fragmentos claves.

Desde la distinción propuesta por Verón (1997), en el perfil de @marti.torn coexisten registros próximos a la fotografía testimonial —selfies inmediatas, cámara en mano, entorno no escenografiado, respiración audible— con piezas que evidencian planificación técnica y edición posterior. La utilización de micrófono, los cambios de plano, los cortes precisos y la secuencia narrativa organizada muestran un dominio del dispositivo. El cuerpo se ofrece allí como configuración controlada, particularmente en los momentos de modelaje de la prenda. Sin embargo, la eficacia de esa dimensión planificada depende de la credibilidad previamente construida en los registros de esfuerzo corporal.



Figura 16. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@marti.torn, 13 de octubre de 2025).

Mientras tanto, en la Figura 16, la enunciativa despliega de manera clara la modalidad testimonial-experiencial propuesta. Toda la secuencia está organizada en primera persona: *“me levanto y hago la cama”, “todas las mañanas me limpio la lengua”, “dejé de usar la cabeza como agenda”, “le pongo una intención al día”, “como sin celular”, “escribo 3 cosas por las que estoy agradecida”*. Cada hábito se presenta como parte de su rutina real, anclado en escenas domésticas reconocibles (la cama deshecha, la mesa del desayuno, el baño, la vista del balcón, la cama al sol).

En todas las unidades que conforman el carrusel se observa un mismo procedimiento enunciativo: un enunciado testimonial como punto de partida (*“me ayudó mucho a mejorar la digestión”, “esto me libera espacio mental y me ayuda a descansar de verdad”*) seguido por una explicación que combina vocabulario neuro-cognitivo y saberes alternativos (*“la gratitud activa los circuitos de recompensa”, “es el primer logro del día: le da al cerebro una mini dosis de dopamina”, “esto se llama la regla de los 5, libera carga cognitiva”*).

De este modo, la narración en primera persona se articula con una dimensión pedagógica. La influencer aprende desde su experiencia y, en consecuencia, transmite ese saber combinando conocimientos propios de un Health Coach.

En términos visuales, la secuencia se inscribe en una estética cotidiana, situada a mitad de camino entre la foto casual y la pose, en una escena pensada y preparada. El cuerpo de Marti aparece tanto en primer plano —sentada en la cama con una taza, mirando al sol, comiendo— como descentrado, visto desde arriba o fuera de foco, privilegiando muchas veces la acción (la mano que sostiene el mate, el raspador de lengua, la lapicera sobre su cuaderno). Las publicaciones denotan una planificación previa, dado que todas las piezas comparten tipografía manuscrita amarilla para la frase central y tipografía blanca más pequeña para la explicación.

En esta secuencia, el destinatario se configura como un sujeto joven, urbano y sobrecargado, que busca mejorar su bienestar. Los enunciados *“no llevan más de 10 minutos”, “me ayuda a descansar de verdad”, “me baja del piloto automático”* presuponen un receptor que llega cansado, mentalmente saturado y con poco tiempo disponible. No se le propone una

transformación radical, sino ajustes mínimos y alcanzables, pensados para ser integrados en un día común.

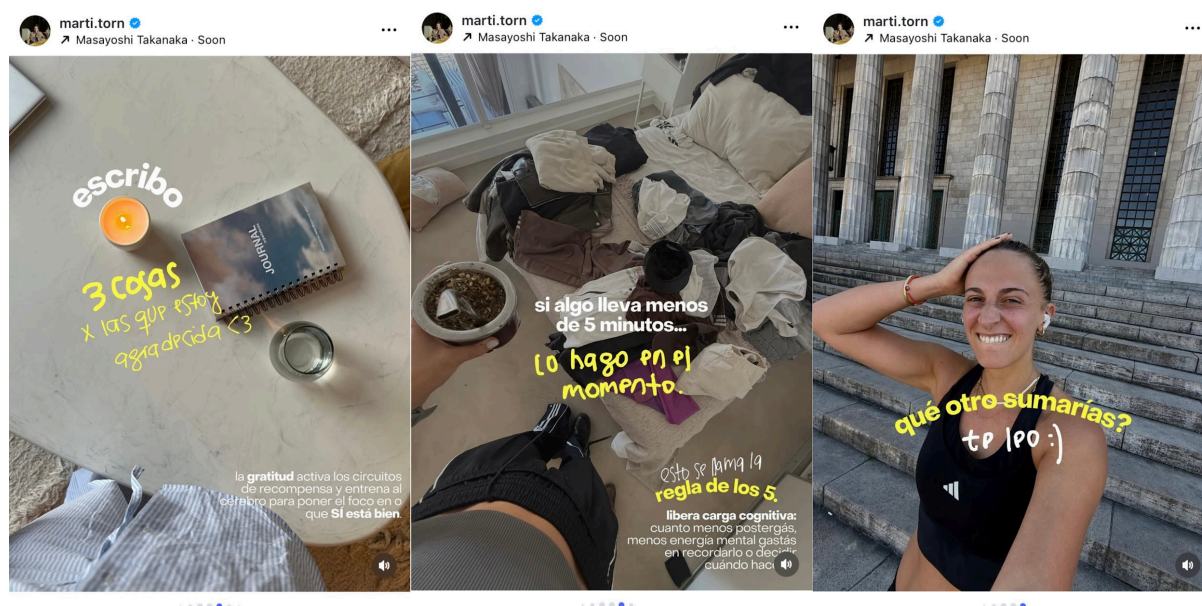


Figura 17. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@marti.torn, 13 de octubre de 2025).

La interpelación a un otro es implícita, Marti narra lo que hace pero deja en claro que puede trasladarse a un “vos”. El único momento en que el destinatario aparece explícitamente es al final: “qué otro sumarías? te leo :)”. Esa pregunta sintetiza el tipo de vínculo que la enunciativa propone: la sonrisa, el emoji y el tono coloquial refuerzan la idea de conversación entre pares.

Esta llamada explícita a completar la lista de hábitos transforma a los seguidores en prosumidores: se espera de ellos no solo el consumo del contenido, sino la producción de respuestas dentro de esa misma publicación. La secuencia funciona así como una invitación a construir en conjunto un repertorio compartido de microhábitos.

En conjunto, el dispositivo de @marti.torn se organiza en torno a la confesión inicial, la narrativización de la experiencia, la exhibición del cuerpo como prueba y la integración orgánica del contenido comercial. La autoridad no se presenta como trascendente ni como puramente estética, sino como resultado de la acción sostenida y visible propia de la identidad del perfil, asociada al deporte y lo que supone, es decir, esfuerzo, entrenamiento, disciplina y sacrificio. La transformación se muestra en el proceso.

3.5. Las estrategias de @jazzcasermeiro: guía que prescribe

En la Figura 18, @jazzcasermeiro organiza su discurso desde una matriz predominantemente didáctica, orientada a explicar el funcionamiento del ciclo menstrual femenino mediante una secuencia ordenada y estructurada en fases. A diferencia de otras cuentas analizadas, aquí el saber no se presenta prioritariamente como experiencia en construcción, sino como conocimiento sistematizado que debe ser comprendido y aplicado.

La apertura del video introduce una afirmación contundente: “El 91% de las mujeres que están viendo este video no entienden cómo funciona su ciclo menstrual y eso las perjudica todos los meses” (0:00). El dato estadístico opera como forma de validación y como estrategia de captación inicial. No se trata únicamente de una interpelación general, sino de una operación que sitúa a la espectadora dentro de un porcentaje problemático. La mirada directa a cámara y el gesto de pinza con los dedos refuerzan esta interpelación.



Figura 18. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 5 de octubre de 2025).

Desde el punto de vista de las modalidades enunciativas propuestas por Verón (1987), predomina la modalidad didáctica. El contenido se organiza en fases (“Fase 1”, “Fase 2”), explicaciones causales (“*el estrógeno y la progesterona están muy bajos... por eso te sentís más cansada y más sensible*”) y definiciones simplificadas. La enunciadora traduce procesos fisiológicos en metáforas accesibles, como la “primavera hormonal”, acompañada por imágenes, y memes que traducen esas variaciones en la energía corporal a lo largo del ciclo femenino.

En este punto se advierte una diferencia relevante respecto de las otras cuentas: la influencer no construye su autoridad desde la motivación o la exhibición de una práctica, sino desde la capacidad explicativa. La lógica predominante no es aspiracional ni motivacional, sino instructiva. La pieza delimita lo correcto y lo incorrecto en el campo de la salud hormonal mediante afirmaciones categóricas (*“vivir con síntomas es común pero no es normal”*) que establecen un marco explicativo.

El contrato de lectura se configura entonces en clave de complementariedad pedagógica (Bitonte & Demirdjian, 2001). Si bien la enunciadora utiliza el “vos” y apela a experiencias compartidas, la enunciadora ocupa la posición jerárquica de quien posee un saber que el destinatario debe incorporar. La reiteración de fórmulas como *“como health coach...”* funcionan como credenciales discursivas que refuerzan esa posición.

No obstante, esta complementariedad no se construye desde una distancia fría o institucional. La enunciadora se incluye dentro de ese colectivo femenino al que interpela. Expresiones como *“sí, nos pasa”* y el uso reiterado del *“nosotras”* diluyen parcialmente la jerarquía, pero no la eliminan. La apelación constante a emociones y sensaciones comunes en las mujeres a lo largo de su ciclo refuerzan la experiencia compartida. El uso reiterado del “te” y del “nos” produce un doble movimiento: interpela de manera personalizada al destinatario y, al mismo tiempo, lo integra en un colectivo de identificación femenino atravesado por problemáticas similares. Esta construcción de un destinatario femenino marca una distinción con las demás cuentas.

La experiencia personal aparece como antecedente superado: el relato retrospectivo de vulnerabilidad habilita identificación, pero la enunciadora habla desde el “después”, desde un lugar ya resuelto, como sucede en el caso de @gaiabidin pero no de modo aspiracional. Se configura así una narrativa de superación donde ella ha atravesado el problema y ahora puede explicarlo.



Figura 19. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 5 de octubre de 2025).

En términos visuales, la pose ocupa un lugar central. La disposición frontal del cuerpo, la inclinación hacia adelante y la gestualidad activa de manos organizan la atención del destinatario. Los textos superpuestos, flechas e ilustraciones cumplen una función didáctica clara, guiando la lectura. Aquí aparece un rasgo distintivo respecto de las otras cuentas: el uso de imágenes simbólicas y culturales como recurso explicativo. La referencia a Beyoncé en la fase ovulatoria (“*acá estás como Beyoncé en el escenario...*”) introduce un ícono cultural que sintetiza magnetismo y seguridad. Asimismo, las ilustraciones de mujeres cansadas o empoderadas funcionan como condensadores visuales del estado hormonal descrito. No se trata solo de mostrar el propio cuerpo como índice, sino de incorporar símbolos externos que estructuran la interpretación.



Figura 20. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 5 de octubre de 2025).

El cierre del reel (“Comentá ‘CICLO’ y te la mando”) integra la lógica interactiva, propia de la plataforma, y discursiva, de las influencers. La llamada a la acción no interrumpe el discurso, sino que aparece como prolongación del acompañamiento pedagógico. El destinatario construido es una mujer que atraviesa síntomas hormonales y que puede beneficiarse con información al respecto.



Figura 21. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 23 de septiembre de 2025).

La Figura 21 desplaza parcialmente esta matriz hacia una modalidad testimonial más explícita. Desde el inicio (“La solución era tan fácil, pero no me daba cuenta”), la narrativa se estructura en torno a una experiencia personal que habilita identificación. El problema —cansancio persistente pese a dormir ocho horas— se construye mediante escenas cotidianas: abrir la heladera, mostrar el desayuno habitual, posar acostada en la cama para representar la caída energética. El cuerpo funciona como índice de sinceridad, pero en este caso el testimonio no reemplaza la dimensión pedagógica, sino que la antecede.



Figura 22. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 23 de septiembre de 2025).

La secuencia problema–solución culmina en la exhibición del “después”: comida saludable, entrenamiento al aire libre, movimiento corporal, frase de autoafirmación: Ave Fénix que remite a un “renacimiento”. La coherencia entre palabra e imagen produce credibilidad. El cuerpo se convierte en evidencia visual de la eficacia del hábito, se muestra una congruencia entre lo dicho y lo mostrado como clave para construir credibilidad.

Sin embargo, aquí la estructura mantiene un sesgo orientador: el testimonio personal se convierte en modelo replicable. El llamado final (“Comentá ‘3’ y te mando mis tres desayunos estrella”) reactualiza el contrato de complementariedad: el saber específico queda en manos de la enunciadora.



Figura 23. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@jazzcasermeiro, 7 de octubre de 2025).

Por su parte, la Figura 23 refuerza la dimensión interactiva del dispositivo. El uso del sticker de preguntas y la publicación de respuestas de seguidores consolidan una dinámica de reciprocidad discursiva, tal como se ve en los casos de @gaiabidin y @marti.torn. La frase “*me ayuda mucho a seguir construyendo esta comunidad*” posiciona al destinatario como parte activa del proceso. No obstante, esta apertura participativa no elimina cierto control de lo publicado a través de la selección de respuestas, la coherencia estética y el montaje. La naturalidad funciona como efecto de sentido.

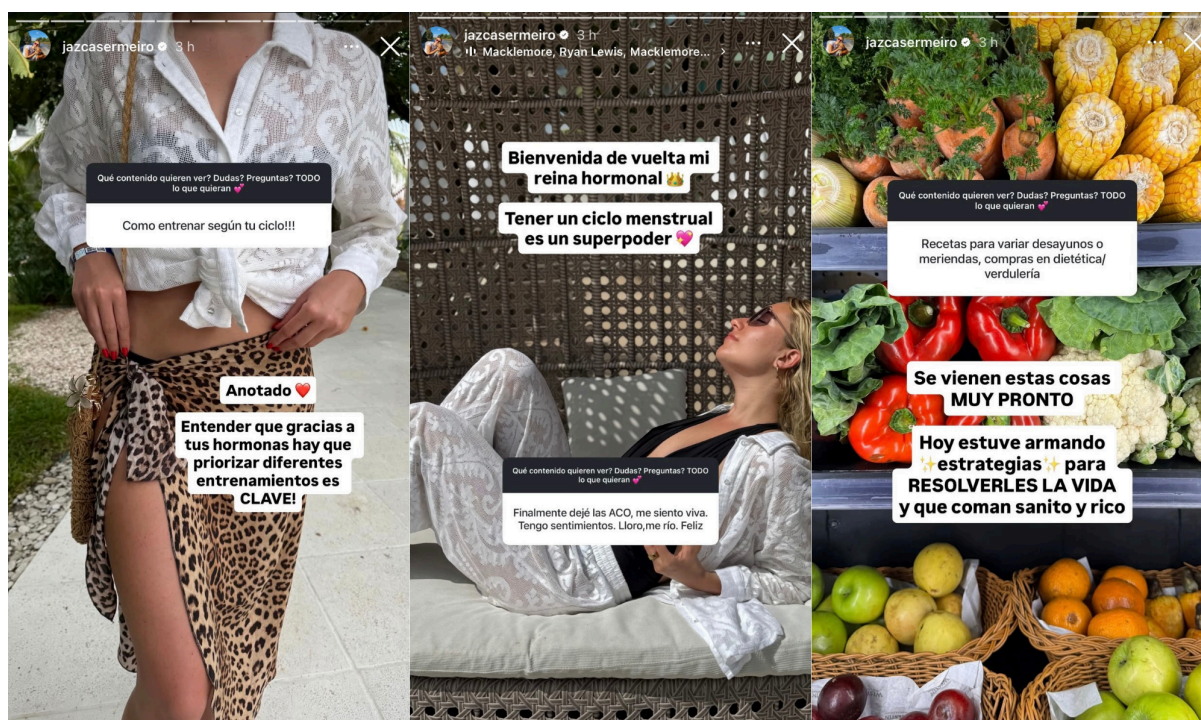


Figura 24. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@jazzcasermeiro, 7 de octubre de 2025).

En la Figura 24, la corporalidad continúa operando como índice de bienestar: cuerpo relajado al sol, reposo en una reposera, frutas y verduras en plano detalle. La frase “*Tener un ciclo menstrual es un superpoder*” resignifica la corporalidad femenina en clave positiva, otorgándole una dimensión mítica, a la vez que refuerza la especialización temática del perfil.

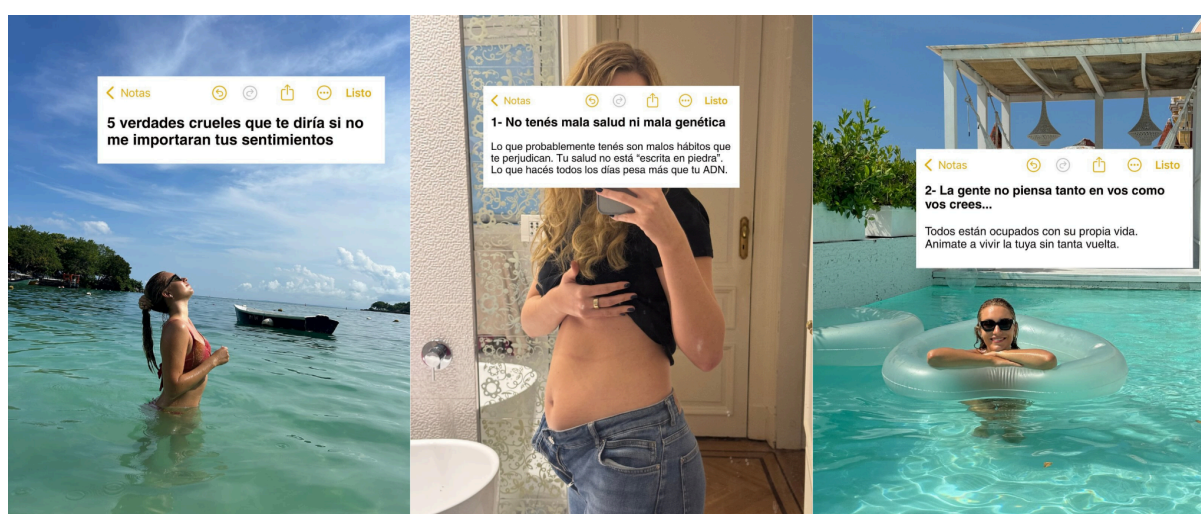


Figura 25. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@jazzcasermeiro, 28 de agosto de 2025).

La Figura 25 (“5 verdades crueles que te diría si no me importaran tus sentimientos”) intensifica la modalidad interpelativa. Las afirmaciones en segunda persona (“No tenés mala genética”, “Nadie va a venir a salvarte”) construyen un destinatario directamente aludido. La interpelación es más intensa que en las otras cuentas analizadas, se evidencia la apelación de recursos emotivos.

En este carrusel se evidencia con mayor claridad la existencia de jerarquía. Si bien el vínculo se apoya en la cercanía, la enunciativa asume con mayor claridad una posición de referente que enuncia verdades incómodas. El contrato no es de simetría plena, sino de complementariedad: la enunciativa ocupa la posición de quien dice aquello que el otro necesita escuchar para transformarse.

El formato “Notas” —que remite a escritura íntima— combinado con imágenes de la vida cotidiana produce una tensión entre la cercanía y la autoridad. La pose es evidente en fotografías como las selfies en el espejo, mientras que algunas fotografías pueden leerse como más próximas a la lógica testimonial (imágenes tomadas por terceros). Sin embargo, el conjunto está narrativamente organizado.

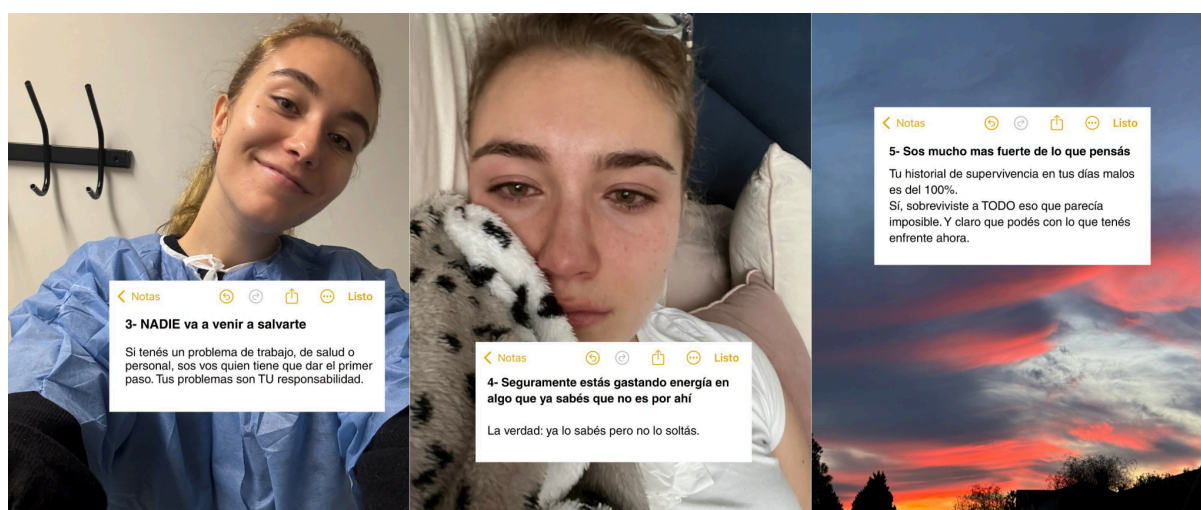


Figura 26. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@jazcasermeiro, 28 de agosto de 2025).

El uso de fotografías de su vida íntima posiciona nuevamente el recurso testimonial. La vulnerabilidad aparece en clave retrospectiva: el “yo” que sufrió desregulaciones, cansancio o desconocimiento del propio cuerpo es evocado como etapa anterior, superada gracias a la incorporación de un saber específico.

Sin embargo, a diferencia de una modalidad basada en el acompañamiento horizontal de un proceso en desarrollo, la experiencia personal en @jazcasermeiro se presenta como trayecto ya atravesado y comprendido.

De este modo, el testimonio no construye simultaneidad con el destinatario, sino con anterioridad. La enunciadora narra desde el “después”, desde una posición de resolución que legitima su autoridad. La transformación no se muestra en curso, sino consumada; ella encarna la posibilidad de pasaje del desconocimiento al conocimiento y se sitúa discursivamente como quien ya atravesó ese proceso y puede ahora guiarlo.



Figura 27. Fuente: Adaptado de Posteo Instagram. (@jazcasermeiro, 28 de agosto de 2025).

El carrusel termina con “*Si tuvieras que decirte una verdad incómoda hoy, ¿cuál sería?*”, que funciona como síntesis y anclaje del sentido global de la pieza. Esta estructura genera un recorrido de lectura que combina testimonio, identificación, reflexión e interpelación. Acá predomina la modalidad interpelativa.

A diferencia de otras cuentas analizadas, la enunciadora articula el testimonio con una enseñanza fundada en principios generalizables y prescriptivos. Si bien recurre a la confesión y a la experiencia personal como punto de partida, el desarrollo discursivo se desplaza hacia la formulación de explicaciones sistematizadas y recomendaciones normativas.

Se configura así un contrato híbrido: la dimensión testimonial produce cercanía, complicidad y confianza en clave de simetría, pero simultáneamente la enunciadora reafirma su posición diferencial como Health Coach. Esta asimetría se manifiesta tanto en la apelación a datos, cifras y “verdades” generales —rasgos próximos al contrato objetivo propuesto por Bitonte y Demirdjian— como en la explicitación de explicaciones, consejos y prescripciones, propios del contrato pedagógico. La cercanía fruto del relato testimonial coexiste con una jerarquía de conocimiento que organiza el vínculo en términos pedagógicos.



Figura 28. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazcasermeiro, 22 de septiembre de 2025).

Por su parte, en la Figura 28, las distintas tomas reflejan una selección y montaje posterior de registros previamente producidos. El montaje alterna planos del cuerpo completo, planos medios y planos focalizados en la acción, generando una narrativa visual fluida que acompaña el recorrido explicativo del ciclo. Algunas tomas están filmadas en formato selfie, otras parecen ser filmadas de forma espontánea por un tercero, y en otras la cámara está dispuesta en un encuadre de forma estática.

Esta pieza presenta una organización temporal distinta a la observada en las otras cuentas analizadas. Se trata de un video breve en el que la enunciadora comparte distintos tipos de entrenamiento según cada fase del ciclo menstrual femenino. La temporalidad no se estructura en clave narrativa —como proceso de superación personal o transformación biográfica— sino en clave cíclica y biológica, parte del ciclo natural de la mujer. Cada fase del ciclo funciona

como unidad temporal diferenciada, introducida de manera secuencial y acompañada por tomas en las que la influencer ejecuta el tipo de entrenamiento correspondiente.

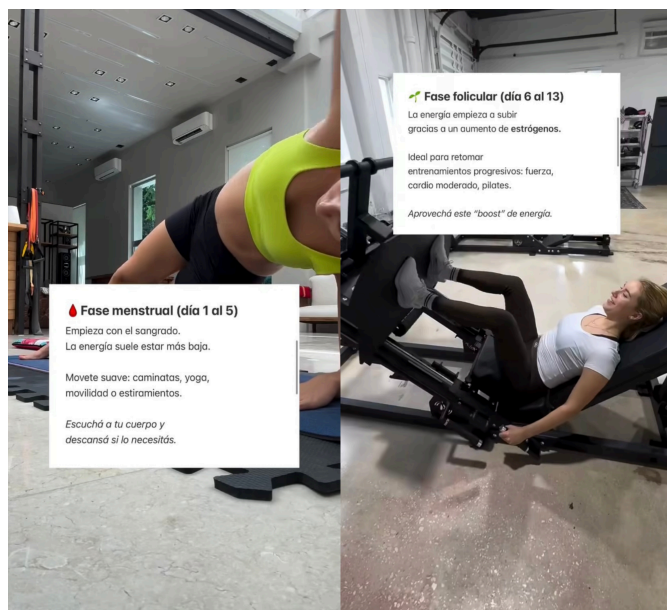


Figura 29. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 22 de septiembre de 2025).

Mientras que en @gaiabidin la temporalidad es biográfica a través de la coherencia en el tiempo a través de sostener hábitos, en Marti la temporalidad es diaria y progresiva. En Jaz, en este reel específico, la temporalidad es cíclica y estructurada pedagógicamente (por fases).

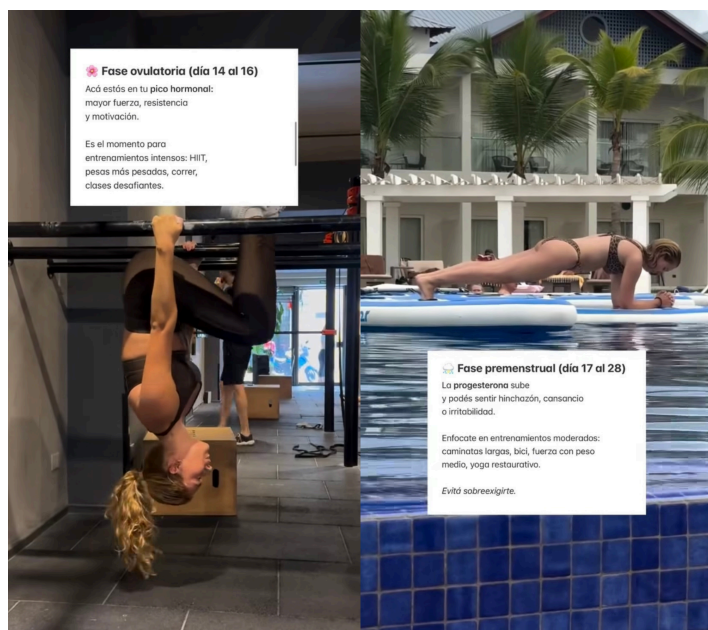


Figura 30. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@jazzcasermeiro, 22 de septiembre de 2025).

De este modo, el tiempo del relato no remite a un “antes” y un “después” personales, sino a una repetición orgánica que retorna mensualmente. La organización discursiva se apoya en la lógica del ciclo como estructura estable que puede ser comprendida, anticipada y gestionada. La pieza articula así una dimensión pedagógica con una dimensión experiencial y visualmente demostrativa, en la medida en que cada segmento temporal es ilustrado corporalmente. El cuerpo no encarna aquí una transformación en curso, sino la adecuación consciente de la práctica a un esquema temporal previamente sistematizado.

3.6. Las estrategias de @gaiabidin: la estética y lo aspiracional

En el caso de Gaia Bidin se evidencia una reconfiguración de la figura de autoridad en el campo de la salud y el bienestar. Su discurso encarna la transición del modelo jerárquico médico-paciente a la lógica del acompañamiento individualizado, donde el saber experto se mezcla con la experiencia personal y el relato emocional.

En relación con las modalidades enunciativas propuestas por Verón (1987), el discurso de @gaiabidin integra zonas didácticas, programáticas e interpelativas. Sin embargo, el análisis de las materialidades publicadas en la cuenta permite identificar una configuración dominante en la que la experiencia personal en primera persona estructura el conjunto del dispositivo.

Con fines analíticos, este trabajo define esta configuración como modalidad testimonial-experiencial: la experiencia personal del enunciador constituye simultáneamente materia narrativa y fundamento pedagógico.



Figura 31. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@gaiabidin, 21 de octubre de 2025).

Un ejemplo paradigmático puede observarse en la Figura 31, donde la enunciadora relata una separación y un cambio radical de vida. El relato se organiza en una secuencia narrativa reconocible: crisis, ruptura, lectura retrospectiva y reorganización vital. La experiencia no aparece como evento aislado, sino como proceso interpretado. El acontecimiento biográfico se integra a una lógica de transformación que habilita la enseñanza posterior. En este punto, la autoridad no precede al relato, sino que emerge de él.

Gaia se posiciona como sujeto que atravesó un antes y un después, y habla desde la experiencia de haber transitado una ruptura existencial. La historia no sólo comunica una vivencia pasada, sino que la reactualiza cada vez que se publica, el sujeto que narra es el que demuestra, en presente, el resultado del salto que describe, y lo utiliza como dispositivo de legitimación.

La centralidad del “yo” en el discurso puede analizarse a la luz de los aportes de Sibilia (2013), quien describe la expansión de prácticas confesionales en entornos digitales y la transformación de la intimidad en material visible y narrable. En este marco, la exposición de experiencias personales no constituye un rasgo incidental, sino una operación estructural del discurso.

En @gaiabidin, las confesiones que realiza—crisis, dudas, aprendizajes— son narradas en primera persona, pero con frecuencia se desplazan hacia un “nosotros” inclusivo. En la Figura

32, por ejemplo, la enunciadora afirma: “*cuando somos muy creativos, también necesitamos ordenar la creatividad*”. Este pasaje transforma la vivencia individual en experiencia compartida.

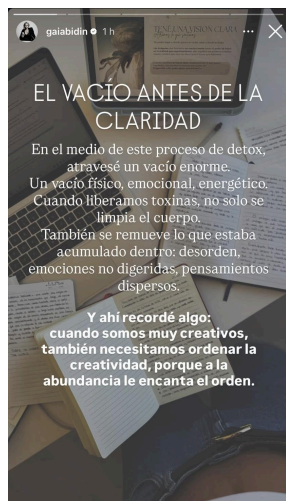


Figura 32. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@gaiabidin, 25 de octubre de 2025).

Este desplazamiento del “yo” al “nosotros” configura un colectivo de identificación (Verón, 1987), donde el discurso no sólo relata una experiencia pasada, sino que construye una comunidad que se reconoce en ella. El “yo” funciona como modelo de transformación posible, pero el horizonte es colectivo. La exposición de la intimidad no se presenta como confesión aislada, sino como recurso de identificación y ampliación del vínculo.

La enunciadora se encuentra profundamente implicada en el discurso: no adopta una voz distante, objetiva ni científica, sino una presencia subjetiva que organiza el relato desde la primera persona.

Aunque la enunciadora proyecta una imagen estéticamente cuidada y modelada —lo que podría situarla en una posición jerárquica—, el vínculo se sostiene en una imagen aspiracional y en la identificación. Su estrategia no es principalmente prescriptiva, sino vincular: busca producir identificación.

Sin embargo, lo íntimo parece capturado en vivo, pero refleja que se trata de una pieza cuidadosamente administrada. La aparente espontaneidad de las stories y videos producidos en la cotidianeidad conviven con un nivel de producción que desmiente la improvisación. La

narrativa del día a día se produce mediante técnicas de edición que borran el trabajo detrás de la escena.

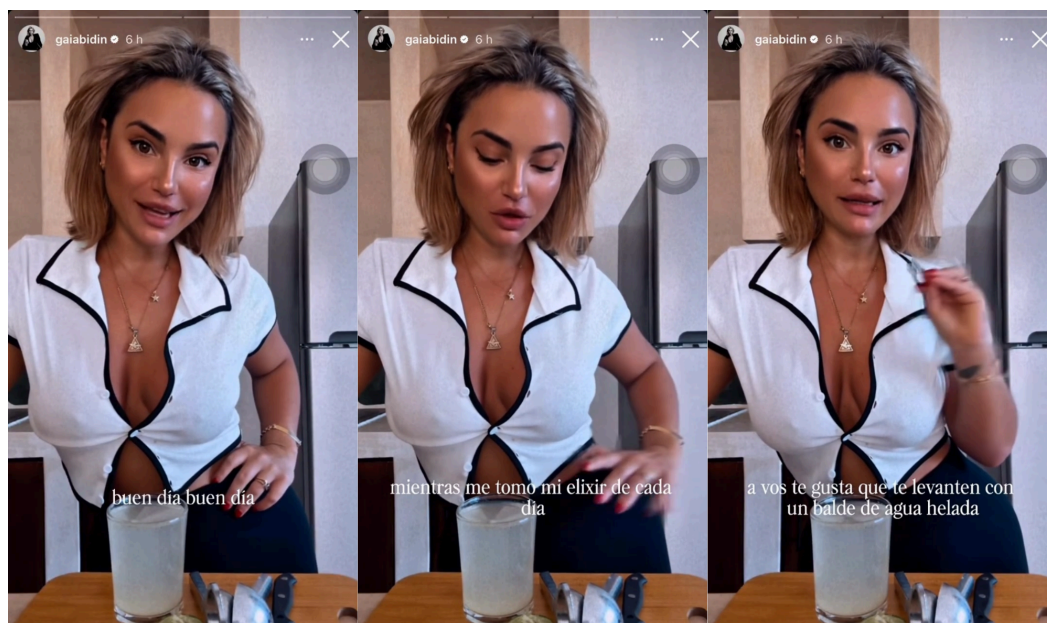


Figura 33. Fuente: Adaptado de Historia Instagram. (@gaiabidin, 14 de octubre de 2025).

Un caso ilustrativo de esta lógica de aparente espontaneidad de las stories y videos producidos en la cotidianeidad aparece en la Figura 33, donde @gaiabidin habla directamente a cámara mientras sostiene un vaso de agua tibia con limón y aloe. La escena está filmada en un entorno doméstico y en un plano medio que enfatiza la conversación íntima.

De este modo, el video refuerza la modalidad testimonial-experiencial: la explicación del hábito no aparece como prescripción en sí misma sino como parte de un micro-relato personal incorporado en la rutina diaria.

En esta línea, la pieza reafirma el “show del yo” propuesto por Sibilia (2013), en la forma que posiciona al “yo”. Es decir, la Health Coach narra siempre desde su testimonio, muestra lo que ella hace y lo que recomienda en base a su experiencia. Esta exhibición del ritual personal y las afirmaciones “*despierto amablemente*” o “*mientras me tomo mi elixir de cada día*” se pueden percibir como testimonio, desde la vivencia propia de la influencer.

Y luego se da un desplazamiento del “yo” al “nosotros”: “*yo siempre les digo...*”. El registro lingüístico incluye mecanismos de inclusión y horizontalidad. Cuando afirma “*a vos te gusta*

que te levanten con un balde de agua helada”, formula una pregunta retórica que apunta a compartir una sensación común. El enunciador se coloca en el mismo lugar del destinatario: ambos atraviesan el cansancio matinal, ambos buscan despertar “*amablemente*”. La interpelación directa a través del empleo de un tono coloquial y pausado, y la cercanía a la cámara sitúan al destinatario en un plano de diálogo cotidiano.



Figura 34. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@gaiabidin, 19 de octubre de 2025).

Por su parte, la Figura 34 presenta a la influencer en una cocina, realizando acciones cotidianas mientras un texto motivacional se superpone en pantalla. En la edición agregó música electrónica, sin voz en off. En tanto, se trata de una secuencia donde el sentido no se organiza desde la palabra oral sino desde lo visual, la expresividad corporal y la relación entre imagen y texto escrito. Todas las acciones mostradas —revolver la bebida, levantar el frasco, acercarse a cámara— son acciones funcionales a la fabricación de una narrativa visual más que a la documentación de un momento doméstico.

El contenido textual se organiza bajo la modalidad programática (Verón, 1987): se enuncia un principio general. La afirmación “*no se trata de pedir, se trata de prepararte para recibir...La Kabbalah lo llama vasija*” formula una norma.

Sin embargo, la eficacia de esta enunciación no depende de datos externos ni de referencia institucional. Su legitimidad se sostiene en el dispositivo testimonial previamente construido

en otras piezas. El reel funciona como condensación doctrinal de una autoridad configurada a lo largo del tiempo mediante relatos personales.

Desde la distinción de Verón (1997), la pieza se inscribe claramente en la lógica de la pose: mezclar la bebida, mirada sostenida a la cámara, sonreír, breve baile final en un encuadre frontal y edición rítmica.

Se observan ediciones en el contenido publicado, como múltiples cortes y transiciones, subtítulos sincronizados, corrección de color, filtros faciales, estabilidad de cámara, escenarios ordenados y simétricos y repetición de rutinas visuales. En tanto, no intenta simular lo espontáneo: por el contrario, hace visible al análisis la elección de un estilo visual coherente con el posicionamiento de la enunciadora.

En este caso, son pocas las huellas en el video que puedan remitir a la espontaneidad del registro testimonial: los movimientos, las miradas dirigidas a cámara y la actitud corporal responden a una gestualidad preparada que el enunciador “le regala al dispositivo”, en los términos de Verón. El cuerpo se presenta como soporte de una identidad coherente con el mensaje que se enuncia por escrito.

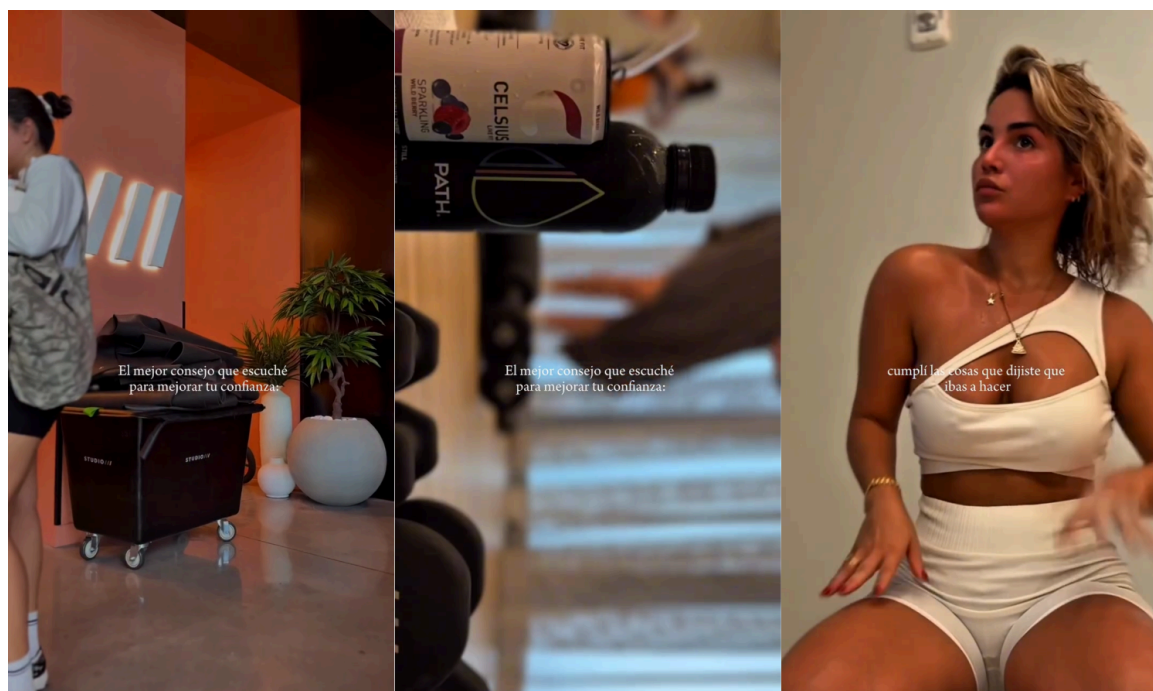


Figura 35. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@gaiabidin, 1 de septiembre de 2025).

Asimismo, en la estética de la Figura 35, la cuidadosa armonía cromática, la depuración visual de los espacios y la presencia reiterada de objetos vinculados al fitness construyen un entorno altamente curado que responde a encuadre, composición, estilo y posterior edición.

Sin embargo, la corporalidad adquiere mayor centralidad. Las partes visibles del cuerpo remiten al conjunto del estilo de vida promovido. La capa metonímica de producción de sentido (Verón, 2003) organiza la lectura: el esfuerzo corporal se asocia con disciplina y superación.

En este formato se intensifica la dimensión aspiracional. El cuerpo estilizado proyecta un estado alcanzado. Aquí se produce una tensión estructural del dispositivo: el vínculo se construye desde la cercanía (“vos”), pero la imagen corporal sitúa a la enunciativa en una posición de modelo a seguir.

Esto se articula con la materialidad sonora de la voz en off, generando una continuidad entre lo visual y lo verbal. En lugar de presentarse como experta tradicional, se construye como experta vivencial, cuya legitimidad proviene del cuerpo que muestra y de la experiencia que dramatiza. La autoridad no deriva de un saber abstracto, sino de la coherencia entre la palabra que prescribe y la corporalidad que la encarna.

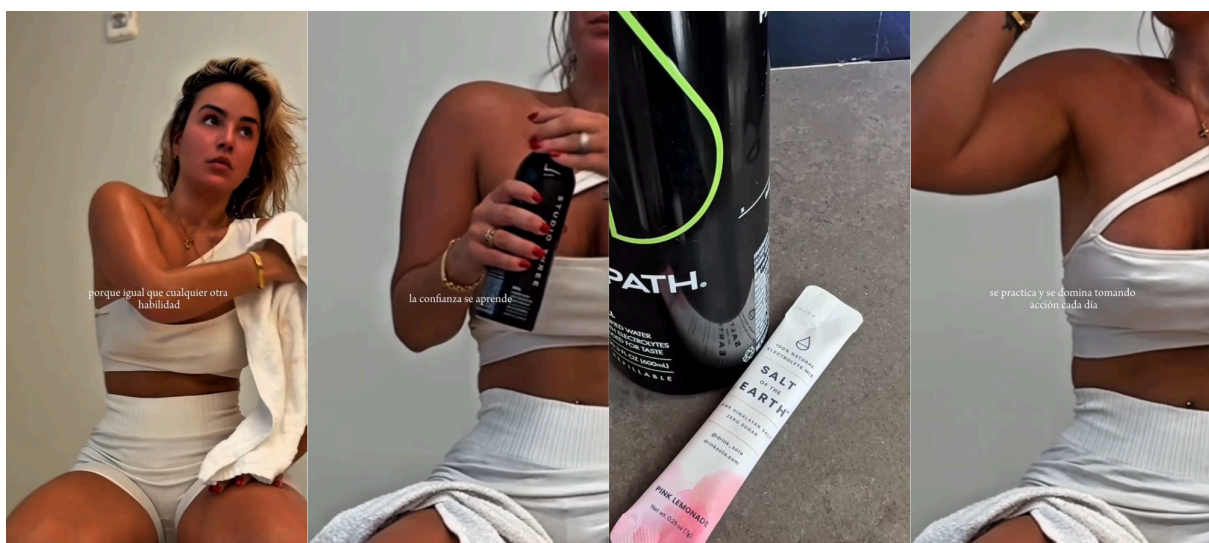


Figura 36. Fuente: Adaptado de Reel Instagram. (@gaiabidin, 1 de septiembre de 2025).

Desde la perspectiva de Verón (1997), la imagen fotográfica de la influencer se organiza principalmente alrededor de la pose. La cámara frontal, el cuerpo dispuesto para ser visto y la mirada sostenida no corresponden a lo inesperado o instantáneo; son construcciones destinadas a perdurar en la plataforma.

El cuerpo no es un “tema” del discurso de bienestar; es el soporte significativo mediante el cual ese bienestar se vuelve creíble.



Figura 37. Fuente: Adaptado de Historias Instagram. (@gaiabidin, 28 de octubre de 2025).

En la Figura 37, el uso reiterado de recursos como “Hazme una pregunta”, “¿Si tu cuerpo pudiera hablar ¿Qué te pediría soltar hoy?”, “Contame”, “¿Te sentiste identificada con alguna de éstas? ¿Con cuál? ¿O qué otra?” genera una dinámica dialógica en la que el receptor deja de ser un mero espectador para convertirse en un interlocutor que responde a la pregunta ¿Qué te pediría soltar hoy? Con “Miedos”, “El alcohol”, “Bajar el ritmo”. El uso sistemático del “vos”, las preguntas introspectivas y los dispositivos interactivos configuran un contrato de lectura predominantemente simétrico.

No obstante, esta simetría convive con una dimensión aspiracional. La enunciativa se presenta como sujeto que ha atravesado procesos de transformación ya resueltos. En términos veronianos, se construye un prodestinatario que comparte creencias vinculadas al bienestar

holístico y la espiritualidad, junto a un paradesinatario cuya adhesión se busca mediante recursos persuasivos. El dispositivo articula así identificación horizontal y modelo aspiracional, sin anular ninguna de las dos dimensiones.

El feedback se presenta como materia narrativa. Las respuestas de las encuestas, de los stickers o de los mensajes directos son incorporadas al discurso como insumo para nuevas reflexiones, nuevos reels o nuevas stories. De este modo, el seguidor se vuelve prosumidor: consume contenido y, al mismo tiempo, lo produce indirectamente, orientando temáticas y preocupaciones que la enunciativa retoma. En términos de Scolari (2018), se trata de un intercambio en el que ambas partes “ofrecen algo que el otro necesita”.

A diferencia de otros perfiles de fitness o coaching, el prodestinatario de @gaiabidin no se define exclusivamente por una práctica (ejercicio, alimentación, productividad), sino por un estado de bienestar al que se puede llegar: cree en la transformación personal como un proceso interno, pero también estético; busca armonía, pero también eficacia emocional; combina la autoayuda con una espiritualidad ligera y la circulación de discursos de crecimiento personal. La construcción de este colectivo de identificación se sostiene discursivamente mediante un “nosotros” implícito, que asume la existencia de una comunidad cohesionada por hábitos, espiritualidad y un estilo de vida aspiracional.



Figura 38. Fuente: Adaptado de Live Instagram. (@gaiabidin, 5 de octubre de 2025).

En este esquema, los vivos adquieren una relevancia particular. A diferencia de los reels o las stories, las transmisiones en directo constituyen un espacio donde emerge otro tipo de vínculo: simultáneo, conversacional y espontáneo.

La lectura inmediata de comentarios en la Figura 38 produce un efecto de simultaneidad que aproxima el formato a la lógica del directo televisivo propuesto por Carlón (2004): un dispositivo que construye un presente absoluto, un 'aquí y ahora' compartido por la instancia de la emisión y la de la recepción. Aun cuando el live pueda reproducirse posteriormente, denota cierta espontaneidad y reduce la distancia aspiracional a favor de una intimidad conversada.

En términos enunciativos, predomina la modalidad interpelativa (1987), en clave integradora. El destinatario deja de ser figura abstracta para convertirse en interlocutor nombrado.

El live se sostiene, además, en su testimonio. Es el formato donde se ve con mayor claridad la modalidad testimonial-experiencial propuesta a lo largo de este trabajo, cuyo rasgo constitutivo es la centralidad del yo como fuente de verdad: la vivencia funciona simultáneamente como evidencia, método y contenido. La experiencia se convierte en mecanismo de legitimación y en promesa implícita de posibilidad (“si a mí me funcionó, a vos también puede funcionar”).



Figura 39. Fuente: Adaptado de Live Instagram. (@gaiabidin, 5 de octubre de 2025).

Retomando aquello que Verón (1987) observaba en los discursos televisivos: la pantalla como lugar enunciativo donde el cuerpo del enunciador adquiere centralidad y donde la interacción se vuelve parte del ceremonial. Los vivos permiten una interacción sin mediaciones entre el emisor y su comunidad, habilitan una temporalidad compartida y vuelven el discurso más performativo y dialogal. El live transforma al destinatario en “testigo de un presente absoluto” (Carlón).

En este formato, la modalidad testimonial-experiencial se intensifica: la experiencia narrada se actualiza en el intercambio, y la comunidad se construye mediante la participación efectiva del destinatario.

La propia enunciadora lo explicita: *“Vamos a charlar un poco de todo esto, de mi experiencia personal [...]”* mientras se toca el pecho, la corporalidad acompaña el discurso.

[...] “también de los procesos que fui acompañando a través de estos años, ¿no? desde el health coaching y como mentora hoy en manifestación a través del bienestar, ¿no?” (minuto 03:06). Este relato se vincula, a su vez, con la forma en que construye su imagen.

Gaia genera identificación con el destinatario al proponer paralelos entre su historia y la de “muchos del otro lado”: *“Les voy a contar algo que tiene que ver con mi historia personal, y es la historia de muchos de los del otro lado, ¿no? [...]”*

Al leer en el momento esos comentarios, Gaia respondía: *“Me encanta, esta es una que se repite un montón y me encanta porque yo estuve ahí y muchas de mis coachees también”* (minuto 14:06). En ambos casos, la enunciadora se incluye como guía que acompaña en la búsqueda del bienestar del destinatario y refuerza la idea de que ese camino ya lo atravesó *“yo estuve ahí”*.

Así, el discurso fusiona testimonio, experiencia, motivación y cambio, orientado a generar identificación y acompañamiento antes que instrucción o prescripción.

3.7. Regularidades y diferenciaciones estratégicas

El análisis comparativo de las cuentas @marti.torn, @jazzcasermeiro y @gaiabidin permite identificar, en primer lugar, un conjunto de regularidades que habilitan su inscripción dentro de un mismo tipo discursivo. Más allá de sus diferencias estilísticas y temáticas, las tres configuran un dispositivo enunciativo propio de las figuras del Health Coaching en Instagram.

En relación con la pregunta que orientó esta investigación —¿cuáles son las estrategias discursivas recurrentes de las influencers argentinas especializadas en Health Coaching en Instagram y cómo construyen su posición enunciativa y su vínculo con el destinatario?—, el análisis permitió identificar un conjunto de invariantes y variaciones que configuran un contrato específico de las enunciantoras.

En primer lugar, las tres cuentas construyen su posición enunciativa a partir de una modalidad testimonial-experiencial entendida como una configuración enunciativa en la cual la experiencia personal del enunciador opera simultáneamente como contenido, evidencia y fundamento de autoridad. El discurso se presenta como la narrativa de una trayectoria vivida que se ofrece como modelo posible para el destinatario. La narrativización del yo constituye, así, el núcleo estructurante del dispositivo.

Asimismo, en las tres cuentas el cuerpo funciona como operador indicial central en la producción de sentido. Siguiendo a Verón (2003), la corporalidad produce sentido por contigüidad. La coherencia entre lo dicho y lo mostrado —hábitos alimentarios, rutinas de entrenamiento, prácticas espirituales o estados de bienestar— construye una capa metonímica donde el cuerpo actúa como prueba sensible de autenticidad y consistencia. La autoridad discursiva se sostiene, en gran medida, en esta articulación entre palabra y presencia corporal.

De igual modo, las tres enunciantoras despliegan lo que Abidin (2016) y Banet-Weiser (2012) conceptualizan como autenticidad construida o calibrada: una exposición del yo que se presenta como espontánea y cercana, pero que responde a decisiones estratégicas de puesta en escena. La naturalidad, la cotidianeidad y la intimidad compartida no constituyen meros rasgos expresivos, sino operaciones discursivas orientadas a producir confianza y adhesión.

Por su parte, el lugar otorgado al destinatario se construye discursivamente mediante operaciones de interpelación, simetría o complementariedad. En los tres casos se reconoce la presencia de un paradesinatario cuya creencia se encuentra en suspenso y hacia quien se orientan estrategias de persuasión basadas en la autenticidad, la demostración corporal y la

organización pedagógica del saber. Sin embargo, cada cuenta reorganiza esta relación de manera diferencial: desde la simetría procesual, desde la complementariedad pedagógica o desde una lógica aspiracional sustentada en coherencia estética y espiritual.

Finalmente, el vínculo propuesto entre enunciador y destinatario, en el marco del Health Coaching en Instagram, no opera únicamente como divulgación de hábitos saludables, sino como dispositivo de construcción de comunidad y de legitimación simbólica. La autoridad discursiva emerge de la articulación entre cuerpo, experiencia y relato, en un contexto donde la visibilidad y la autenticidad funcionan como condiciones centrales de producción de sentido.

Estas regularidades permiten identificar un enunciador que articula experiencia personal, corporalidad como prueba y pedagogía del bienestar en un entorno hipermediatizado.

Sin embargo, cada cuenta despliega una estrategia diferenciada que reorganiza la relación entre autoridad, contrato de lectura, uso del cuerpo y destinatario privilegiado.

En el caso de @marti.torn, la autoridad se construye predominantemente desde la experiencia en proceso. El saber no se presenta como ya consolidado ni como sistema cerrado, sino como práctica en curso. La temporalidad lineal —antes, decisión, acción y logro— estructura el relato y la legitimación se funda en el hacer reiterado. El contrato de lectura tiende a la simetría: la enunciativa se posiciona como alguien que atraviesa procesos similares a los de su audiencia, generando cercanía y motivación antes que distancia aspiracional. El cuerpo funciona principalmente como prueba del esfuerzo y del compromiso cotidiano; no se exhibe como estado ideal ya alcanzado, sino como resultado visible de la acción sostenida. El destinatario privilegiado es un sujeto en tránsito, en búsqueda de cambio, que encuentra en la influencer un modelo de acompañamiento simultáneo.

En @jazcasermeiro, en cambio, la autoridad adopta una configuración híbrida donde el testimonio se articula con una fuerte dimensión pedagógica. La experiencia personal aparece como antecedente superado que legitima la posición actual de saber. La enunciativa habla desde el “después”: el proceso ya fue atravesado y comprendido. El contrato combina elementos de simetría afectiva —a través de la confesión y el “nosotras”— con rasgos de complementariedad pedagógica y objetiva (Bitonte & Demirdjian, 2001), evidentes en la apelación a datos, cifras, fases sistematizadas y explicaciones estructuradas. La temporalidad dominante no es lineal sino cíclica, organizada en torno al ciclo hormonal como estructura

recurrente que puede ser comprendida y gestionada. El cuerpo opera como ejemplo demostrativo y soporte ilustrativo del saber técnico. El destinatario privilegiado es un paradesinatario que experimenta síntomas o dudas respecto de su salud hormonal y que puede ser persuadido mediante la incorporación de un conocimiento organizado.

Por su parte, @gaiabidin configura una autoridad apoyada en la coherencia estética y espiritual de una identidad integral. El saber no se presenta principalmente como técnica sistematizada ni como proceso en curso, sino como estado de alineación alcanzado y sostenido. La temporalidad adopta una forma ritual y reiterativa: prácticas cotidianas, hábitos y escenas que consolidan una identidad estable. El contrato de lectura combina cercanía afectiva con una dimensión aspiracional más marcada. La simetría se produce en el plano emocional, pero la distancia emerge en el plano simbólico, dado que la enunciadora encarna un estilo de vida que se proyecta como horizonte deseable. El cuerpo aparece estilizado y armonizado, funcionando como índice de equilibrio integral. El destinatario privilegiado oscila entre el prodestinatario que ya comparte creencias vinculadas al bienestar holístico y el paradesinatario que busca orientación espiritual y sentido.

Las diferencias, dentro de un mismo tipo discursivo, evidencian variaciones estratégicas en el sentido planteado por Verón (2004). El análisis confirma que, en el ecosistema hipermediatizado contemporáneo, el Health Coaching en Instagram no constituye un discurso homogéneo, sino un campo de variaciones enunciativas que articulan experiencia, cuerpo y autoridad de modos diferenciados según las condiciones productivas y el posicionamiento identitario de cada influencer.

4. Conclusión

El recorrido realizado a lo largo de este trabajo permite situar al Health Coaching en redes sociales como un objeto que se inscribe en formas contemporáneas de vinculación en el campo de la salud.

En este sentido, el interés por este fenómeno se vincula con un desplazamiento más general en los modos de entender la relación entre saber experto y destinatario. Tal como se ha señalado, el modelo tradicional médico–paciente, estructurado en torno a una asimetría clara basada en el saber institucional, convive hoy con otras formas de vínculo en las que la cercanía, la experiencia y la identificación adquieren un rol central. La emergencia de figuras como los Health Coaches en plataformas digitales pone en evidencia esta reconfiguración, en la que la práctica deja de situarse exclusivamente en el ámbito terapéutico para inscribirse en un espacio híbrido donde convergen dimensiones comunicacionales, comerciales y pedagógicas.

A su vez, abordar este objeto implicó trabajar sobre un campo que, al menos en el contexto argentino, presenta aún un desarrollo incipiente en términos de investigación académica. La escasez de estudios sistemáticos sobre el Health Coaching en redes sociales refuerza la necesidad de generar herramientas analíticas que permitan comprender su complejidad, evitando tanto su desestimación como su aceptación acrítica.

En este sentido, este trabajo realiza un aporte para pensar estas problemáticas y, al mismo tiempo, abre una serie de interrogantes que exceden el alcance del presente análisis. Invita a pensar en qué medida estas formas de producción de saberes no solo informan o acompañan, sino que también participan en la configuración de sentidos sobre el cuerpo, el bienestar y la vida cotidiana. Al mismo tiempo, abre interrogantes en torno a sus efectos posibles: cómo se articulan con las instituciones médicas tradicionales, qué lugar ocupan en las prácticas concretas de cuidado y qué tipo de subjetividades contribuyen a producir en entornos digitales.

De este modo, más que trabajar sobre una problemática, esta investigación busca contribuir a su apertura, proponiendo una mirada que permita seguir interrogando un fenómeno en expansión y de creciente relevancia en el cruce entre comunicación, salud y plataformas digitales.

Bibliografía

Abidin, C. (2016). “Aren’t these just young, rich women doing vain things online?”: Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, 2(2), 1–17.

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers’ fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86–100. <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>

Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>

Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. New York University Press.

Bitonte, M. E., Demirdjian, L. A. (2001). ¿Promesa o Contrato de Lectura? Dos modelos para el análisis de los medios. *Comunicación y Sociedad* N°40. (pp.105-132). Universidad de Guadalajara. México.

Carlón, M. (2004). *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

Carlón, M. (2021). *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate para (re)pensar los medios contemporáneos*. Paidós.

Carlón, M. (2017). Después del fin: una aproximación a la circulación contemporánea. *In Mediaciones de la Comunicación*, 12(1), 21-45.

Dagatti, M. (2020). La autoridad en la modernidad tardía: Los influencers de nutrición en Instagram. *Austral Comunicación*, 9(1), 127-156.

Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.

Funnell, M. M., & Anderson, R. M. (2000). Patient empowerment: A look back, a look ahead. *The Diabetes Educator*, 26(3), 454–458. <https://doi.org/10.1177/014572170002600308>

Gale, J., & Enright, M. (2008). Coaching for health: Why it works. *Coaching Psychology Review*, 3(1), 47–49.

Huffman, M. H. (2007). Health coaching: A new and exciting technique to enhance patient self-management and improve outcomes. *Home Healthcare Nurse*, 25(4), 271–274. <https://doi.org/10.1097/01.NHH.0000267287.84952.8c>

Howard, K., Gantt, C. J., Noyes, S. G., & Franzos, M. A. (2023). The untapped power of health and wellness coaching. *Military Medicine*, 188(5–6), e1862–e1868. <https://doi.org/10.1093/milmed/usad025>

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. Polity Press.

Livingstone, S., y Sefton-Green, J. (2016). *The class: Living and learning in the digital age*. New York University Press.

Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image*. New York: Self-published. Recuperado de <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

Manovich, L. (2017). Cultural Analytics, Social Computing and Digital Humanities. In M. Terras, J. Nyhan & E. Vanhoutte (Eds.), *Defining Digital Humanities* (pp. 55–73). Routledge.

Sánchez, Y. F. (2016). Módulo: Introducción al Health Coaching. Health Coach Institute.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Sigal, S. y Verón, E. (1988). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno*

peronista Buenos Aires: Hyspamerica.

Scolari, C. A. (2018). Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología y evolución tecnológica. Gedisa.

Sibilia, Paula (2013). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Tiidenberg, K. (2018). Selfies, Image and the Re-making of the Body. Palgrave Macmillan.

Verón, E. (1987). La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa.

Verón, E. (1983) “Construir el acontecimiento”. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (2004). “Fragmentos de un tejido”. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (1985). El análisis del Contrato de lectura, un nuevo estudio para el análisis de posicionamiento de los soportes de los media, en Les Médias, expériences, recherches actuelles, applications. París: IREP.

Verón, E. (1987). “La palabra adversativa”. En: AAVV. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Hachette; Buenos Aires.

Verón, E. (1993) “La semiosis social”. Barcelona: Gedisa.

Verón E. (2003). El cuerpo reencontrado. Biblioteca General Universal.

Verón, E. (2001). El cuerpo de las imágenes. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades: el tiempo de una fotografía. En Isabel Veyrat-Masson y Daniel Dayan (comps.). Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa.

Referencias

Asociación Latinoamericana de Health Coaches. (2024). ¿Qué es un Health Coach? Recuperado de <https://alahc.org/que-es-un-health-coach/>

Integrative Nutrition. (2023). Cómo convertirse en un Influencer de la Salud: Pasos y consejos. Recuperado de <https://es.integrativenutrition.com/blog/how-to-be-a-health-influencer>

Swidler, M. (2023). Testimonio citado en Integrative Nutrition. Cómo convertirse en un Influencer de la Salud. <https://es.integrativenutrition.com/blog/how-to-be-a-health-influencer>

Howard, K., Gantt, C. J., Grimsgaard Noyes, S., & Franzos, M. A. (2023). The Untapped Power of Health and Wellness Coaching. Military Medicine.

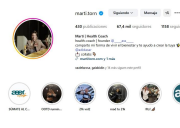
Precedence Research. (2024). Health coaching market (2024–2034): Global industry analysis and forecast. <https://www.precedenceresearch.com/>

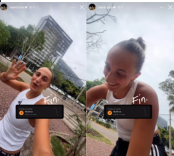
Anexo

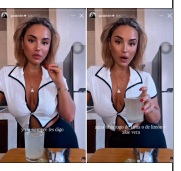
A continuación se adjunta el análisis realizado sobre las materialidades seleccionadas, publicadas en la plataforma Instagram por @marti.torn, @jazzcasermeiro y @gaiabidin.

 **Matriz_Estrategias_Discursivas_Influencers.pdf**

 **Corpus de análisis**

Usuario	Nombre visible	Fecha de observación	Verificación (Sí/No)	Foto de perfil	Categoría / etiqueta visible	Biografía	Ethos profesional	Link externo (Sí/No)	Seguidores	Historias destacadas	Estética general	Organización del feed/ Alternancia de formatos	Frecuencia de publicación	Observaciones	Captura	URL Perfil
@gaiabidin	Gaia Bidin	16 de octubre de 2025	Sí	Fotografía en blanco y negro. Enunciadora en primer plano, posando con blazer negro y teléfono móvil en mano.	No	Manifestation through Wellbeing Health Coaching Conscious Cuisine Hospitality Travel & Brand Experience Curator · Kabbalah wisdom	Health Coach	Sí	18,3 mil seguidores	1. Retreats (Retiros)	Coherencia cromática (blanco, negro, marrón, beige, verde, gris), presencia recurrente de imágenes con texto sobreimpreso, diseñadas bajo una tipografía uniforme.	Predomina formato reel y carrusel con información relevante. Alternancia de fotografías de la enunciadora. Lives de vez en cuando.	No se detecta una frecuencia determinada. Historias casi todos los días.			Instagram
@marti.torn	Marti Torn	16 de octubre de 2025	Sí	Enunciadora sentada sonriendo, utiliza un blazer, en un espacio interior, luz del sol en la cara, vaso de juego en la mano.	No	health-coach & founder @_ass comparto mi forma de vivir el bienestar y te ayudo a encontrar la tuya @adidasar collabs	Marti Health Coach	Sí	67,4 mil seguidores	1. Sumate al club 2. OOTD running 3. 21k vol2 4. road to 21k 5. fits! 6. ASS 7. brands 25	Registros fotográficos y audiovisuales de rutina de entrenamiento y escenas cotidianas. La paleta cromática predominante son tonos naturales. Luz diurna, espacios abiertos. Publicaciones con texto superpuesto, enunciados breves integrados a la imagen. Tipografías limpias y colores suaves.	Predomina formato reel y carrusel con información relevante. Alternancia de fotografías de la enunciadora. No se registran lives en el periodo delimitado.	No se detecta una frecuencia determinada. Historias casi todos los días.			Instagram
@jazzasermeiro	Jazmin Casermeiro	16 de octubre de 2025	Sí	Enunciadora abrazando a un perro al aire libre, en un entorno verde y luminoso.	Sitio web de salud y bienestar	Health Coach en @nutritionsschool Ayudo a mujeres con problemas hormonales Con hábitos simples y sostenibles Escríbime “ayuda” y empezamos	Salud y Bienestar	Sí	47,6 mil seguidores	1. Testimonios 2. Ciclo menstrual 3. Desayunos 4. Antibióticos 5. Amazonas 6. Galápagos	Tonos suaves y orgánicos (verdes, rosados, naturales). Encuadres frontales, iluminación natural, imágenes personales y momentos de viaje o descanso. Predominio del plano medio y del rostro en primer plano.	Predominan los reels -con encuadres frontales, iluminación natural y un tono conversacional- con imágenes personales y momentos de viaje o descanso. No se detectan lives al momento del análisis.	No se detecta una frecuencia determinada. Historias casi todos los días.			(9) Instagram

Cuenta	Fecha	Tipo de Historia (foto / video / texto/ frase/ encuesta / sticker / pregunta)	Función (cotidiana / promoción / pregunta / testimonio / backstage)	Modalidad	Construcción del enunciador	Estrategias de vínculo (pregunta / encuesta / llamado a la acción / narración directa)	Estrategias interactivas/ visuales	Nivel de producción	Observaciones generales	Enlace a publicación	
@marti.torn	17/10/2025	Video	Testimonio	Testimonial-experiencial	Confesión inicial, experiencia personal, exhibición del cuerpo como prueba a través de imágenes. Charla casual, íntima.	Narración directa	Texto sobreimpreso. Uso de subtítulos. Cortes breves en la edición.	Alto			17 oct m1.mov
@marti.torn	17/10/2025	Foto	Promoción	Testimonial-experiencial Interpelativa	Promoción de objetos asociados a su rutina (alimentación, indumentaria, elementos de entrenamiento) y recomendación.	Llamado a la acción	Plano detalle objetos. Tipografía manuscrita.	Bajo			17 oct m1.jpg
@marti.torn	17/10/2025	Foto	Promoción	Testimonial-experiencial Interpelativa	Promoción de objetos asociados a su rutina (alimentación, indumentaria, elementos de entrenamiento) y recomendación.	Llamado a la acción	Plano detalle objetos. Tipografía manuscrita. Texto sobreimpreso.	Bajo			17 oct m2.jpg
@marti.torn	17/10/2025	Video	Cotidiana	Testimonial-experiencial	Promoción de objetos asociados a su rutina (alimentación, indumentaria, elementos de entrenamiento). Charla casual, íntima.	Narración directa	Texto sobreimpreso. Uso de subtítulos. Cortes breves en la edición.	Medio			17 oct m2.mov
@marti.torn	17/10/2025	Video	Testimonio	Didáctica Programática Interpelativa	Confesión inicial, experiencia personal, reflexión. Charla casual, íntima.	Narración directa	Texto sobreimpreso. Uso de subtítulos. Cortes breves en la edición.	Medio			17 oct m3.mov
@marti.torn	17/10/2025	Video	Testimonio	Testimonial-experiencial	Charla íntima. Confesión, reflexión. Cuerpo como prueba de esfuerzo realizado.	Narración directa	Texto sobreimpreso. Uso de subtítulos. Cortes breves en la edición. Utilización de gráficos, el mapa del recorrido, los kilómetros, el ritmo, la duración total (19.32 km).	Alto			17 oct m4.mp4
@jazcasermeiro	7/10/2025	Sticker de preguntas	Preguntas	Testimonial-experiencial Interpelativa	Enunciadora apela a lo que necesita su destinatario y pregunta qué es lo que está necesitando para poder hacer contenido. Se muestra pendiente a la respuesta de su destinatario.	Pregunta Llamado a la acción	Fotografía de la enunciadora posando. Sticker de preguntas. Texto sobreimpreso en recuadro.	Medio			7 oct j 1.jpg
@jazcasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback	Testimonial-experiencial Interpelativa	Se muestra casual y cercana con una foto espontánea de su mascota.	Respuesta Narración directa	Fotografía casual de la mascota. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta.	Medio			7 oct j 2.jpg

@jazzasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback	Testimonial-experiencial Interpelativa	Utiliza una fotografía de su infancia para mostrarse cercana.	Respuesta Narración directa	Fotografía de la influencer de bebé. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta.	Medio			7 oct j 3.jpg
@jazzasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback. Testimonio	Testimonial-experiencial Interpelativa	Publica respuesta de seguidora contenta con su contenido. La enunciadora responde y se muestra cálida.	Respuesta Narración directa	Selfie-espejo de la influencer. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta.	Medio			7 oct j 4.jpg
@jazzasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback	Testimonial-experiencial Interpelativa	Se muestra casual y cercana con una foto detalle, para afianzar la feminidad en su contenido.	Respuesta Narración directa	Foto detalle de la influencer con ropa de playa. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta.	Medio			7 oct j 5.jpg
@jazzasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback	Testimonial-experiencial Interpelativa	Se muestra casual y cercana con una foto posando, para afianzar la feminidad en su contenido.	Respuesta Narración directa	Fotografía de la influencer posando. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta.	Medio			7 oct j 6.jpg
@jazzasermeiro	7/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback	Testimonial-experiencial Interpelativa	Anuncia que se viene nuevo contenido.	Respuesta Narración directa	Foto detalle de frutas. Sticker de respuesta. Texto sobreimpreso a modo de respuesta. Y anuncio de que se viene mucho contenido.	Medio			7 oct j 7.jpg
@gaiabidin	21/10/2025	Frase Texto	Testimonio Reflexión	Testimonial-experiencial	Confesión inicial. Centralidad del yo. Se posiciona como sujeto que a través una ruptura existencial. El sujeto que narra es el que demuestra el resultado del salto que describe.	Narración directa de su testimonio como recurso de identificación y ampliación del vínculo.	Título. Texto sobreimpreso en tipografía serif. Fondo iluminado.	Bajo			21 oct g2.jpg
@gaiabidin	25/10/2025	Frase Texto	Testimonio Reflexión	Testimonial-experiencial Didáctica Interpelativa	La enunciadora se encuentra profundamente implicada en el discurso: adopta una presencia subjetiva que organiza el relato desde la primera persona, a través de la confesión.	Narración directa de su testimonio como recurso de identificación y ampliación del vínculo.	Título. Texto sobreimpreso en tipografía serif. Imagen de fondo cotidiano de un espacio de trabajo, computadora, cuadernos.	Bajo			25 oct g1.jpg
@gaiabidin	14/10/2025	Video	Testimonio Cotidiana	Testimonial-experiencial Didáctica Interpelativa	La enunciadora muestra lo que ella hace y lo que recomienda en base a su experiencia. Habla directamente a cámara mientras sostiene un vaso de agua tibia con limón y aloe. La escena está filmada en un entorno doméstico y en un plano medio que enfatiza la conversación íntima.	Narración directa de su testimonio como recurso de identificación. Formula una pregunta retórica. Posiciona al destinatario como alguien cansado y buscan despertar "amablemente". Interpelación directa a través del empleo de un tono coloquial y pausado y el "vos".	Video cotidiano en la cocina mientras se prepara su bebida. Utilización de cortes, filtros y subtítulos.	Bajo			14 oct g1.mov
@gaiabidin	28/10/2025	Foto Sticker de preguntas	Preguntas	Interpelativa	Realiza una pregunta que invita a la reflexión y a la respuesta.	Pregunta Llamado a la acción	Plano detalle de comida en blanco y negro. Sticker de preguntas. Título sobreimpreso en tipografía blanca serif y pregunta. Publicación de las respuestas de los seguidores.	Bajo			28 oct g1.jpg

@galabidin	28/10/2025	Foto Sticker de respuestas y Texto sobreimpreso	Publicación de respuestas y feedback. Testimonio	Testimonial-experiencial Interpelativa	Comparte las respuestas de sus seguidoras dando lugar a la reflexión y la identificación.	Respuesta Narración directa de los seguidores	Plano detalle de comida en blanco y negro. Sticker de preguntas. Título sobreimpreso en tipografía blanca serif y pregunta.	Bajo			28 oct g2.jpg
@galabidin	28/10/2025	Foto Sticker de preguntas	Preguntas	Testimonial-experiencial Interpelativa	Realiza una pregunta que da lugar a la identificación y a la respuesta.	Pregunta Llamado a la acción	Fotografía de la enunciadora en blanco y negro. Sticker de preguntas que repreguntan si alguien se sintió identificado con las respuestas.	Bajo			28 oct g3.jpg

Cuenta	Tipo de publicación	Fecha de publicación	Formato (foto / infografía / video / mixto)	Modalidad discursiva	Construcción del enunciador	Copy	Recursos textuales	Estrategias visuales (planos, uso del cuerpo, paleta, tipografías)	Estrategias de vínculo e acción al destinatario Uso de pronombres y menciones explícitas del grupo objetivo	Nivel de producción	Posteo	Enlace a publicación
@marti.torn	Carrusel	13/10/2025	Fotografía + texto sobreimpreso + copy explicativo	Didáctica, interpelativa, testimonial-experiencial	Confesión inicial, narración de la experiencia personal, exhibición del cuerpo como prueba a través de imágenes.	MICRO hábitos que fui sumando con el tiempo y hoyxhoy son un BÁSICO en mi rutina me ayudan a sentirme más liviana, más tranquila, presente y enfocada elegí uno y probalo esta semana !!! cual otro agregarías? #microhábitos #habitossaludable #bienestar #healthcoach #rutinaconsciente #rutinadiaria #habitos #selfcare #foco	Confesión. Recomendación. Promoción y llamado a la acción. Uso de Hashtags. Enunciado testimonial como punto de partida ("me ayudó mucho a mejorar la digestión") seguido por una explicación que combina vocabulario neuro-cognitivo y saberes alternativos ("la gratitud activa los circuitos de recompensa").	Escenas domésticas. Imágenes estáticas intervenidas con texto situada a mitad de camino entre la foto casual y la pose, en una escena pensada y preparada. El cuerpo de Martí aparece tanto en primer plano situada entre la foto casual y la pose, privilegiando muchas veces la acción (la mano que sostiene el mate, el raspador de lengua, la lapicera sobre su cuaderno). Todas las piezas comparten tipografía manuscrita amarilla para la frase central y tipografía blanca más pequeña para la explicación.	La interpelación a un otro implícita. El único momento en que el destinatario aparece explícitamente es al final: "qué otro sumarías? te leo :)". Tono coloquial refuerza la idea de conversación entre pares.	Alto, grabación y edición de videos, texto, edición de imagen y adición de texto, escritura de un copy.		PDF Carrusel Posteos. Martí 13-10.pdf
@jazzasermeiro	Carrusel	28/08/2025	Fotografía + texto explicativo dentro de un formato "Notas" del celular + copy explicativo	Fuertemente interpelativa Didáctica Descriptiva	Se muestra vulnerable en imágenes de su vida privada. La enunciativa encarna la posibilidad de pasaje del desconocimiento al conocimiento y se sitúa discursivamente como quien ya atravesó ese proceso y puede ahora guiarlo.	Qué verdad incómoda te dirías hoy? La verdad incómoda, molesta y hasta a veces duele. Pero ser honesta con una misma es el primer paso para crecer, sanar y construir. Contame en comentarios Te leo #reflexion #desarrollpersonal #autoconocimiento #crecimientopersonal #habitos #bienestar	Afirmaciones en segunda persona. Enuncia verdades incómodas. Llamado a la acción. Uso de Hashtags. Pregunta retórica. El formato "Notas" —que remite a escritura íntima— combinado con imágenes de la vida cotidiana.	El formato "Notas" —que remite a escritura íntima— que contiene las verdades incómodas combinado con imágenes de la vida cotidiana. La pose es evidente en fotografías como las selfies en el espejo, mientras que algunas fotografías pueden leerse como más próximas a la lógica testimonial (imágenes tomadas por terceros)	Construye un destinatario directamente aludido. Apelación de recursos emotivos. Asume una posición de referente que enuncia verdades incómodas. El contrato no es de simetría plena, sino de complementariedad: la enunciativa ocupa la posición de quien dice aquello que el otro necesita escuchar para transformarse.	Alto, grabación y edición de videos, texto, edición de imagen y adición de texto, escritura de un copy.		PDF Carrusel Posteo Jaz 28-08.pdf
@galabidin	Carrusel Publicación fijada	28/10/2025	3 imágenes tipográficas estáticas, 2 imágenes mixtas (foto + texto sobreimpreso) y 2 videos mixtos (video + texto)	Descriptiva Didáctica Interpelativa	Narración de la experiencia personal, exhibición del cuerpo como prueba a través de imágenes.	Desintoxicación. ¿No es una locura cómo una palabra puede generar tantas opiniones encontradas? Pero la realidad es simple: tu cuerpo ya sabe cómo hacerlo. Se detoxifica naturalmente, todos los días. Lo único que necesita es que lo acompañes. No con castigos ni extremos, sino con descanso, hidratación, alimento real, disfrute, silencio, movimiento. Cuando te sentís incómoda en tu cuerpo, no te está fallando. Te está pidiendo que vuelvas a habitarlo. No es falta de tiempo. Es falta de presencia. El cuerpo es el canal por donde pasa todo lo que querés manifestar. A través de él experimentás, sentís, creás. Ser a escucharlo cambia todo. "Se viene algo muy especial: un espacio para reconectar con tu cuerpo y aprender a usarlo como el canal de todo lo que deseás manifestar. ¿Te gustaría recibir la información primero? Dejá un en los comentarios o escribime "cuerpo" por DM". #detox #consciousliving #consciousdetox #liverdetox #kabbalahwisdom #manifestacion #hábitossaludables #healthcoaching	Afirmaciones en segunda persona. Llamado a la acción. Uso de Hashtags	Imágenes estáticas intervenidas con texto. Alternancia con textos sobre fondo plano, tipografía legible serif color blanco, fondo marrón, ausencia de imagen corporal. Incorporación de videos con filtro en blanco y negro y una frase en tipografía serif color blanco. La influencer mira y habla a la cámara. Cuando habla de "tu cuerpo" utiliza una imagen estática intervenida con texto de ella misma en bikini. Texto sobre fondo plano con frase motivacional. El último video tiene un filtro sepia y se encuentra frente a la cámara preparando un "jugo detox".	Se dirige directamente a un público femenino, a un tercero individual, un "vos".	Alto, edición de imagen y adición de texto, escritura de un copy.		PDF Carrusel Posteo Gaia 28-10.pdf

@gaibidin	Carrusel	1/10/2025	7 imágenes fotográficas mixtas (foto + texto sobreimpreso) y 1 imagen tipográfica estática con una frase inspiradora	Predomina la modalidad didáctica, combinada con componentes descriptivo (relato de experiencia) y programático/interpelativo (llamado a la acción y pregunta al público).	Tono confesional. Basada en experiencia personal (autenticidad testimonial); combina autoridad profesional (coach) y espiritual. Convierte la experiencia personal en enseñanza universal; integra imagen y texto para producir sentido de bienestar.	El glow real está en los hábitos que elegís una y otra vez. Tres meses de movimiento. Buenos Aires, Miami y ahora Tulum. Lo que me sostuvo fueron los rituales simples. Fueron estos hábitos los que me llevaron a manifestar la vida que deseaba. Y son los mismos los que hoy me permiten sostenerla... y expandirla. ¿Qué hábito te hace sentir en casa, donde sea que estés? (Muy pronto voy a abrir un espacio para compartir estas prácticas en comunidad — un reto de 22 días y nuevas mentorías para manifestar desde el bienestar.) #glowhabits #manifestthroughwellbeing #wellnesslife #dailyrituals #sacredhabits #abundancemindset	Uso de primera persona, frases cortas y rítmicas; apelaciones directas ("¿Qué hábito te hace sentir en casa?"); verbos en presente e infinitivo; tono confesional y reflexivo; campos semánticos asociados a ritual, hábito, movimiento, expansión, bienestar.	Fotografía aérea desde la ventanilla de un avión al atardecer (ícono del tránsito y la libertad). Tipografía serif blanca centrada. Paleta cálida, luz natural, tipografía serif, planos medios, equilibrio compositivo; coherencia estética.	Horizontal, empática, apelativa; busca generar comunidad a través de una pregunta final que invita a responder en comentarios: "¿Qué hábito te hace sentir en casa, donde sea que estés?" Además, finaliza con un aviso sobre nuevos servicios ("Muy pronto voy a abrir un espacio para compartir estas prácticas en comunidad — un reto de 22 días y nuevas mentorías para manifestar desde el bienestar.")	Medio-alto: fotografía cuidada, diseño coherente, estructura narrativa intencional.		PDF Carrusel Posteo Gaia 1-10.pdf
@gaibidin	Carrusel Publicación Fijada	3/9/2025	Mixto: fotografía en blanco y negro + texto sobreimpreso	En conjunto, oscila entre el relato testimonial (descriptivo), lo didáctico (Formula principios generales o verdades universales sobre el bienestar) y la convocatoria al cambio (programática e interpelativa).	Tono empático o motivacional. Experiencial (vivencia personal) + profesional (rol de coach); autoridad afectiva, testimonial, empática, confesional. Habla desde la experiencia propia y la invitación al cambio en tono de complicidad.	GUARDA ESTE POST SI ALGUNA VEZ SENTISTE QUE ESTABAS "HACIENDO TODO BIEN" PERO TU CUERPO NO RESPONDÍA. Lo que parecía bienestar... era autoexigencia silenciosa. El "más es mejor" terminó siendo el mayor bloqueo para mi equilibrio hormonal. En nombre de la disciplina me exigía: — más entrenamientos — más restricción — más protocolos Lo que descubrí es que el bienestar no se mide en cantidad, sino en coherencia. Cuando entendí esto, todo cambió: — Mis hormonas empezaron a regularse — Mi energía dejó de ser montaña rusa — Volví a conectar con el placer y el Glow de lo simple Hoy acompaño a mujeres a transformar rutinas autoexigentes en rituales expansivos que sostienen energía, magnetismo y abundancia. Comentá HÁBITOS si querés que te comparta los que hoy realmente me sostienen. #glowhormonal #manifestaciónencarnada #wellnesslifestyle #healthcoaching	Testimonio en primera persona, contraste semántico (disciplina/coherencia), estructura paralelística, apelación directa.	Imagen fotográfica de la influencer, corporalidad relajada, en blanco y negro, la misma fotografía de fondo para cada imagen que compone el carrusel. Estética minimalista, tipografía serif inscrita encima de cada imagen; coherencia estética con la narrativa del equilibrio.	Se dirige directamente a su público femenino, a un tercero individual, un "vos" a través de la identificación: "GUARDA ESTE POST SI ALGUNA VEZ SENTISTE QUE ESTABAS "HACIENDO TODO BIEN" PERO TU CUERPO NO RESPONDÍA." "Hoy acompaño a mujeres a transformar rutinas autoexigentes en rituales expansivos que sostienen energía, magnetismo y danza. "Su relato como "prueba" de un verdadero en cambio, dado que en la narrativa la influencer confiesa la puesta en práctica de esos hábitos y le resultaron, ahora los comparte: " Comentá HÁBITOS si querés que te comparta los que hoy realmente me sostienen."	Medio-alto (fotografía profesional, posterior edición y escritura sobre cada texto sobreimpreso). Preparación de un copy sobre una temática.		PDF Carrusel Posteo Gaia 3-09.pdf
@gaibidin	Carrusel	26/8/2025	Mixto: fotografía + texto sobreimpreso + copy explicativo	En conjunto, el post construye un discurso entre lo didáctico, con componentes descriptivos, programáticos e interpelativos. Transmite un principio general sobre el valor de los desayunos y su impacto hormonal. Detalla los tipos de desayunos y sus efectos específicos. A la vez que promete beneficios futuros o convoca a la acción: "En este post te comparto 6+1 desayunos Glow... según la energía que quieras manifestar."	Se posiciona como Health Coach certificada con conocimiento de procesos corporales y hormonales. Habla desde la práctica personal ("rituales diarios", "desayunos Glow"). Convierte información científica en un lenguaje simple, motivador y simbólicamente cargado. No se limita a informar, sino que prescribe modos de vida ("transformar tus rutinas en rituales de abundancia y bienestar"). Con un componente promocional: invita a una masterclass gratuita; el saber se ofrece como un bien simbólico y también comercializable.	Guardá este post para tu próxima mañana. Tu desayuno no es solo comida, es información para tus hormonas y tu energía. Lo que elegís en la primera comida del día puede bajar tu cortisol, encender tu creatividad o darte foco mental. En este post te comparto 6+1 desayunos Glow → cada uno con proteína como base y un boost de superfood/adaptógeno, según la energía que quieras manifestar . Contame abajo: ¿Qué desayuno glow vas a probar primero? Y si querés llevar tus rituales diarios a otro nivel, estate atenta a la masterclass gratuita del 14/9, donde voy a mostrar cómo transformar tus rutinas en rituales de abundancia y bienestar #glowup #desayunossaludables #saludhormonal #manifestaciónencarnada #wellnesslifestylecoach #healthcoaching	Segunda persona, metáforas del bienestar, combinación de léxico científico y espiritual, apelaciones directas.	Paleta cálida y neutra, luz natural, fotografía de desayunos en formato de recetas o combinaciones (smoothies, bowls, tostadas integrales), cada una con su nombre y descripción breve en tipografía serif.	Enseña sin imponer, generando identificación. El imperativo "guardá este post" activa un gesto de utilidad práctica. La pregunta "¿qué desayuno glow vas a probar primero?" fomenta la respuesta y la apropiación del contenido. El uso de emojis y tono conversacional equilibra la distancia profesional con la cercanía afectiva.	Medio-alto. Las fotografías tienen composición cuidada, luz natural y color balanceado. El carrusel presenta coherencia visual y narrativa.		Carrusel Posteo Gaia 26-8.pdf

Cuenta	Tipo de publicación	Fecha de publicación	Estructura (tutorial / storytelling / humor / day-in-life / challenge / testimonial/colaboraciones)	Posición de cámara (selfie / fija / multicámara)	o _z (habla directa / off / subtítulos)	Puesta en escena	Modalidad discursiva	Recursos audiovisuales (transiciones, música, texto en pantalla)	Construcción del enunciador	Estrategias de vínculo	Nivel de producción	Observaciones generales	Enlace a publicación	
@marti.torn	Reel	2/10/2025	Day in life Tutorial Colaboraciones	Selfie - Fija - Multicámara	Habla directa con subtítulos sincronizados	Cámara fija en espacio doméstico, con la enunciadora en primer plano, vestida de manera informal, utilización de micrófono. Cambios de plano, los cortes precisos y la secuencia narrativa organizada. Selfies inmediatas, cámara en mano, entorno no escenografiado.	Testimonial-experiencial Didáctica Programática Interpelativa	Cambios de plano, cortes precisos, música de fondo de la cantante Emilia Mernes, utilización de micrófono. Utilización de subtítulos y texto sobreimpreso que describen los ejercicios.	Articula testimonio personal con un costado comercial. La enunciadora se presenta como alguien que experimenta desmotivación. La confesión posiciona a la enunciadora como auténtica. Modela el conjunto deportivo con tono confidente, como si se estuviera probando ropa con un amigo íntimo. Tono coloquial y amistoso. Muestra la rutina que hace, se posiciona como referente en el entrenamiento.	Contrato de Simetría entre la persona que habla y su audiencia, buscando generar complicidad y confianza. Se utiliza un registro informal que incluye el tuteo, el "nosotros inclusivo" y una apelación directa a través de la mirada a cámara, la vestimenta y la escenografía. El relato se percibe como una charla entre amigos íntimos, donde la confesión actúa como el motor que posibilita el vínculo. Configura como al destinatario como alguien joven y activo, sin género, aunque el uso de términos como "princess" y "girly" orienta el mensaje principalmente hacia un público femenino. La frase "probala y contame" transforma al seguidor en alguien que replica la experiencia y ofrece retroalimentación.	Medio-alto.	La pieza articula testimonio y experiencia, anuncio sobre la nueva línea de Adidas (marca de la cual ella es embajadora), publicación de su rutina de entrenamiento e invitación a probar la rutina.		2 oct.marti.mp4
@jaczasermeiro	Reel	5/10/2025	Storytelling	Selfie - Fija - Multicámara	Habla directa con subtítulos sincronizados. Alternancia de voz en off.	Cámara fija en espacio exterior, con la enunciadora en primer plano. Cambios de plano, los cortes precisos y la secuencia narrativa organizada.	Didáctica terpelativa Descriptiva	Utilización de subtítulos y texto sobreimpreso. Alternancia con utilización de memes y stickers. Gráficos.	El dato estadístico opera como forma de validación y como estrategia de captación inicial. La enunciadora se incluye dentro es ese colectivo femenino al que interpela. La pose ocupa un lugar central. La disposición frontal del cuerpo, la inclinación hacia adelante y la gestualidad activa de manos organizan la atención del destinatario.	La apelación constante a emociones y sensaciones comunes en las mujeres a lo largo de su ciclo refuerzan la experiencia compartida. El uso reiterado del "te" y del "nos" interpela de manera personalizada al destinatario. Construye un destinatario femenino. Habla en tono amigable y cálido, en conversación íntima.	Alto			5 oct jaczasermeiro. mp4
@jaczasermeiro	Reel	23/9/2025	Storytelling Testimonio	Selfie - Fija - Multicámara - Plano medio	Habla directa con subtítulos sincronizados. Alternancia de voz en off. Música genérica de fondo.	Cámara fija en espacio doméstico, con la enunciadora en primer plano. Cambios de plano y escenografía, alternancia de planos, selfies, cortes precisos y la secuencia narrativa organizada.	onial-experiencial Didáctica Interpelativa	Cambios de plano, cortes precisos. Utilización de subtítulos. Distintas tomas.	Uso del testimonio como autoridad. Coherencia entre palabra e imagen produce credibilidad. El cuerpo se convierte en evidencia visual de la eficacia del hábito. El testimonio personal se convierte en modelo replicable. Tono amigable, confesional, íntimo.	El llamado final ("Comenté '3' y te mando mis tres desayunos estrella"), recomienda lo que a ella le sirvió. El saber específico queda en manos de la enunciadora.	Alto			23 sep jaczasermeiro. mp4
@jaczasermeiro	Reel	22/9/2025	Tutorial Testimonio	Selfie - Fija - Multicámara - Tomas de terceros	Sin voz, música genérica de fondo.	Plano detalle de pesas. Plano medio influencer entrenando. Algunas tomas están filmadas en formato selfie, otras parecen ser filmadas de forma espontánea por un tercero, y en otras la cámara está dispuesta en un encuadre de forma estática. Alternancia de tomas y escenas distintas.	Testimonial-experiencial Didáctica Interpelativa	Cambios de plano, cortes precisos, música de fondo. Utilización de texto sobreimpreso dentro de un recuadro que describe los ejercicios.	La pieza articula una dimensión pedagógica con una dimensión experiencial y visualmente demostrativa, en la medida en que cada segmento temporal es ilustrado corporalmente. El cuerpo como prueba.	Configura un destinatario femenino dado que refiere a las formas de entrenar según el ciclo femenino.	Medio			22 sep jaczasermeiro. mp4
@gaiabidin	Reel	19/10/2025	Day in life Testimonio	Selfie - Fija	Sin voz, música genérica de fondo.	La influencer se muestra en una cocina, realizando acciones cotidianas mientras un texto motivacional se superpone en pantalla y luego baila.	Testimonial-experiencial Descriptiva Interpelativa	Se observan ediciones en el contenido publicado, como múltiples cortes y transiciones, texto sobreimpreso, filtros faciales, estabilidad de cámara, escenarios ordenados y simétricos y repetición de rutinas visuales, filtro blanco y negro. Música electrónica.	La enunciadora posa: mezclar la bebida, mirada sostenida a la cámara, sonreír, breve baile final en un encuadre frontal y edición rítmica. El cuerpo se presenta como soporte de una identidad coherente con el mensaje que se enuncia por escrito.	Todas las acciones mostradas son acciones funcionales a la fabricación de una narrativa visual más que a la documentación de un momento doméstico. Dedicar frases a su destinatario, mira a la cámara en tono íntimo y amigable.	Medio-alto			19 oct.mp4
@gaiabidin	Reel	1/9/2025	Day in life Testimonio	Predomina la selfie-fija. Cámara lateral, plano detalle objetos y registro del espacio.	Voz en off con subtítulos sincronizados, música electrónica de fondo.	Cuidadosa armonía cromática, depuración visual de los espacios y la presencia reiterada de objetos vinculados al fitness construyen un entorno altamente curado que responde a encuadre, composición y estilo. La influencer se encuentra en un gimnasio entrenando.	Testimonial-experiencial Descriptiva Interpelativa	Se observan ediciones en el contenido publicado, como múltiples cortes y transiciones, texto sobreimpreso, estabilidad de cámara, escenarios ordenados. Música electrónica. Subtítulos sincronizados con la voz en off.	La imagen corporal sitúa a la enunciadora en una posición de modelo a seguir. Su legitimidad proviene del cuerpo que muestra y de la experiencia que dramatiza. Coherencia entre la palabra que prescribe y la corporalidad que la encarna. El cuerpo refleja el esfuerzo, la disciplina.	El vínculo se construye desde la cercanía ("vos") en una posición de modelo a seguir. La enunciadora le habla directamente al destinatario.	Alto			1 sep.mp4

8

Aspecto de comparación	@gaiabidin	@marti.torn	@jazcasermeiro
Regularidades	Modalidad testimonial-experiencial, narrativización del yo, cuerpo como prueba de autenticidad y construcción de comunidad.	(Compartido entre las tres influencers)	(Compartido entre las tres influencers)
Construcción del Enunciador	Basada en la experiencia en proceso; el saber es una práctica en curso.	Híbrida: el testimonio personal se articula con una fuerte dimensión pedagógica.	Basada en la coherencia estética y espiritual de una identidad integral alcanzada.
Construcción del Destinatario	Sujeto en tránsito que busca un modelo de acompañamiento simultáneo.	Persona con dudas de salud hormonal que busca conocimiento organizado.	Persona que ya comparte el bienestar holístico o busca sentido espiritual.
Construcción del vínculo con el Destinatario	Simetría: cercanía y motivación (alguien que atraviesa lo mismo).	Mixto: simetría ("nosotras") con rasgos de complementariedad pedagógica.	Mixto: cercanía combinada con una dimensión aspiracional de estilo de vida.