

CrossRef DOI of original article:

1 Strava, the Aspirational Sport and its Impact on Mental Health
2 Strava, el Deporte Aspiracional y su Efecto Sobre; A Salud
3 Mental

4 Carles Xavier Senso Vila

5 Received: 1 January 1970 Accepted: 1 January 1970 Published: 1 January 1970

6

7 **Abstract**

8 Numerous scientific studies have observed how digital social networks significantly affect the
9 users' mental health. This research sought to investigate whether new sports technology tools,
10 which record multiple activity data but also enhance social interaction within digital
11 communities, have a detrimental effect on athletes' emotional health as they are under the
12 pressure of constant self-improvement due to social scrutiny. Strava has become the world's
13 largest sports community and research is largely focused on its users.

14

15 **Index terms**— communication, ICT, social media, strava, sport, mental health.

16 **1 I.**

17 Introducción omprobar de forma empírica la posible relación entre la adicción y el consumo de APP deportivas
18 como Strava y la afectación sobre la salud mental de los usuarios y usuarias. Ese es el objetivo principal planteado
19 para el presente estudio, con una investigación inédita que examina un campo todavía no indagado. Para ello
20 se analiza las consecuencias negativas del consumo desmedido de las redes sociales genéricas sobre la salud y se
21 realiza una relación con una encuesta sociodemográfica construida ad hoc en la que participaron alrededor de
22 300 voluntarios, que fueron preguntados sobre la presión que sienten con la exposición pública de sus resultados
23 deportivos.

24 El ejercicio físico reporta beneficios sustanciosos para la salud, lo que repercute positivamente en la calidad
25 de vida. Niveles adecuados de actividad física disminuyen el riesgo de desarrollar patologías cardiovasculares,
26 reducen el riesgo de muerte y contribuyen a la salud mental (Penedo y Dahn, 2005; Lollgen y Knapp, 2009;
27 Lee et al., 2017). Sin embargo, su relación descontrolada e inocente con las redes sociales puede traducirse
28 en efectos físicos y emocionales perniciosos, por lo que se precisa de un conocimiento previo y de un análisis
29 maduro de las posibles consecuencias. Aplicaciones como Strava, Garmin Connect, Meet Up, Runtastic, Timpik,
30 MyBestChallenge, Social Sports, Linked2play o Zepp disponen de estrategias de gamificación que, a través de
31 herramientas lúdicas, hacen de las experiencias deportivas un momento en el que eres reconocido e incluso puedes
32 superarte a ti mismo, a otra personas e incluso a perfiles artificiales, como en el caso de la plataforma Bkool.

33 La competitividad es clave y no se entiende la configuración del perfil digital en dichas plataformas de forma
34 solitaria. Se precisa, ineludiblemente, de la hiperconectividad y la interacción con el otro, con el que se comparten
35 misiones y del que se reciben recompensas. Y en eso, Strava fue una aventajada y sus cien millones de seguidores
36 confirman el acierto empresarial. "Desde su origen, Strava fue concebido como una red social: es más importante
37 compartir que competir, y eso nos diferenció. Vimos que a través de un teléfono móvil, o un aparato similar, existía
38 todo un mundo que podía comunicarse, y que debíamos crear una herramienta sencilla pero que abarcara todas
39 esas posibilidades", contestó, en octubre de 2016, Gareth Nettleton, vicepresidente de marketing de Strava, en una
40 entrevista para Ciclosfera (Nettleton, 2016). El aumento de la motivación de los usuarios acrecienta el engagement
41 (las interacciones) y con ello los beneficios empresariales al crear una comunidad que se retroalimenta a través de
42 galardones digitales (y ficticios) que se convierten en premios emocionales. Compartir la experiencia deportiva
43 públicamente supone exponer una forma de vida y buscar coincidencias en un grupo social que acoge al similar.
44 Se comparte para formar parte de una comunidad, para ser reconocido como miembro. Evidentemente, están

45 en juego los intereses de la industria deportiva y la digital, ya que el mercado precisa de incentivos emocionales
46 para captar la atención de los usuarios, dispersos entre millones de aplicaciones ofertadas. El resultado es que las
47 redes sociales hipertrofian ciertos hábitos mediados por la tecnología para ganar dinero (Garto? e Hijo?, 2017;
48 Gelfman, 2016).

49 2 II. Strava, Una Comunidad Mundial de Deportistas

50 Aliado inesperado del espionaje militar. Con dichos términos tildaron los medios de comunicación de ámbito
51 internacional a la aplicación deportiva Strava en enero de 2018 ¿Las razones? La APP compartió públicamente
52 la posición de soldados de los EEUU de América que se ejercitaron en sus bases militares de Al-Tanf en Siria y
53 Helmand en Afganistán, con una detallada estructura de los complejos que se podía identificar a través de los
54 recorridos de los deportistas. Todo ello para sacar pecho por el impacto internacional que habían conseguido
55 y que exponía a través de un mapa de puntos calientes con más de mil millones de actividades. Lo desveló el
56 australiano de veinte años Nathan Ruser, quien por entonces estudiaba seguridad internacional en la Universidad
57 Nacional Australiana y trabajaba para el Instituto de Analistas de Conflictos Unidos. También se hizo pública
58 la geolocalización de una patrulla turca en el norte de Manbij (Siria), el perímetro de la principal base área de
59 Rusia en Siria o la base de la fuerza aérea británica en Mount Pleasant, en las Islas Malvinas.

60 En junio de 2022 el grupo israelí de inteligencia de código abierto FakeReporter volvió a detectar un grave
61 caso de espionaje sobre sus bases militares secretas. Steve Loughran, un investigador de seguridad informática,
62 desveló también en 2018 cómo se podía desbloquear fácilmente el anonimato de los usuarios de Strava, por lo
63 que recomendaba no usar el nombre real, crear áreas privadas y "no esforzarse demasiado" para no aparecer en
64 los rankings de los deportistas más rápidos (Loughran, 2018). "No vendemos datos. Por eso tenemos un equipo
65 dedicado a pensar en todo lo relacionado con la privacidad y la confianza. Queremos que nuestros atletas ejerzan
66 mucho control sobre cómo aparecen sus datos en la experiencia. Cuentan, para ello, unos precisos ajustes de
67 privacidad al detalle que tratamos de hacer fáciles de entender. La privacidad forma parte de la experiencia.
68 Creemos que la relación que tenemos con los 95 millones de personas que se han registrado en Strava se basa en
69 la confianza. Si no pueden confiar en nosotros, no contribuirán aportando sus actividades. Y eso requiere que
70 confíen en que hacemos cosas buenas. Tratamos los datos pensando en la confidencialidad y la privacidad (?)
71 Los datos están seguros con Strava. No los vendemos, a nadie. Estamos construyendo una marca que estará aquí
72 durante el próximo siglo o más allá. Y necesitamos montar un negocio que lo soporte, y está basado en nuestro
73 modelo de suscripción. Ofrecemos una experiencia por la que vale la pena pagar. No vendemos al cliente",
74 respondió Michael Horvath, cofundador de la popular APP en una entrevista con el periódico español El País en
75 enero de 2022 ??Horvath, 2022).

76 En 2016, el ejército estadounidense prohibió, por razones similares de geolocalización, la aplicación de juego
77 Pokémon Go en teléfonos gubernamentales. El hecho es que dichos problemas puntuales de seguridad (casi
78 anecdoticos a pesar de su gravedad) conviven con otros potencialmente más graves como consecuencia del uso
79 de aplicaciones digitales deportivas, caso de la afectación de la salud mental de los usuarios y usuarias. Todo
80 ello como fruto de un inexistente análisis de las consecuencias asociadas al uso masivo, adictivo e indiscriminado
81 de dichas redes sociales, con paralelismos claros con el uso de otras plataformas como Facebook, Instagram o
82 TikTok.

83 Strava resultaría la comunidad mundial más numerosa y, con ello, la aplicación móvil representativa del sector,
84 en el que destacan también otras con miles de seguidores y seguidoras. Es el caso de Garmin Connect, Meet
85 Up, Runtastic, Timpik, MyBestChallenge, Social Sports, Linked2play o Zepp. Aznar, Cáceres, Trujillo y Romero
86 (2019) demostraron que el uso de APPs mejora la actividad física e incide en la disminución del peso corporal (?)
87 En este sentido, las APPs móviles de carácter lúdico (?) llevan asociado un componente motivacional intrínseco.
88 Esto es, una pieza clave para reforzar la actividad física a través del juego, con APPs como Poke?on Go o Zombies
89 Run. Dado que el presente estudio busca vincular el consumo de dichas redes sociales con la afectación de la
90 salud mental de los usuarios y usuarias se centrará en la plataforma que, por su difusión y éxito, mayor capacidad
91 tiene para llegar a un público amplio. Es decir, Strava, que además triunfó tras incorporar la interacción entre
92 los miembros de su comunidad.

93 Strava, la aplicación reina en el mundo, cuenta ya con más de 100 millones de usuarios. Según el portal We Are
94 Social a través de su "Digital 2021 October Global Statshot Report", publicado en colaboración con Hootsuite,
95 en octubre de 2021 existían unos 4.500 millones de internautas asiduos a las redes sociales, con el liderazgo de
96 Facebook con 2.895 millones, seguido por Youtube con 2.291 y WhatsApp con 2.000. Instagram registraba 1.393
97 millones, Facebook Messenger 1.300, Weixin/Wechat 1.251 o TikTok 1.000. Representaban en total el 62 % de la
98 población mundial, con un aumento anual de un 9'9 %. Más de dos tercios de la población mundial utiliza móviles
99 inteligentes (We are social, 2021). Strava, comparadas con ellas, sigue siendo una red menor, simplemente, por
100 su gran particularidad al estar vinculada al ejercicio deportivo.

101 Con sede central en San Francisco, Strava (que significa "esfuerzo" en sueco) comenzó a funcionar el
102 principalmente para ciclistas y corredores a través de la puesta en común de los resultados deportivos, captados
103 por GPS. Nació en las cabezas de Michael Horvath y Mark Gainey y el 21 de mayo de 2017 la APP registró la
104 actividad mil millones gracias a la natación de un alemán. Entre sus accionistas se halla el fondo de capital riesgo
105 Sequoia Capital, que antes participó en PayPal, Google o Zoom. La plataforma, que cuenta con más de 300
106 trabajadores, permite medir todos los parámetros de entrenamiento, caso del recorrido completado, velocidad

107 media, datos concretos por kilómetros, las diferencias de altura o el consumo de energía. Si se aumenta la
108 información aportada a través de tecnología más específica también mide potencia, frecuencia cardiaca o cadencia
109 de pedaleo. Además, se completan registros anuales que sirven para analizar cómputos totales. Evidentemente,
110 todos esos datos pueden ser compartidos con la comunidad en red, incorporando nuevos parámetros de conducta
111 asociados al uso y consumo de redes sociales masivas. Se interactúa a través de Kudos ("Me gusta" en otras
112 plataformas) y de comentarios y se puede competir a través de los segmentos creados a lo largo del mundo y que
113 permiten crear rankings con los más rápidos en dichas etapas. Son los llamados KOM ("King of Mountain") o
114 QOM ("Reina de la Montaña"). Existe una versión de pago que amplía el estudio de los resultados. Se reforzó en
115 mayo de 2021, aportó nuevas funciones y empezó a cobrar otras anteriormente gratuitas, caso de la vista general
116 de las tablas de posiciones de segmentos o la comparación de los esfuerzos de segmento. A finales de 2020 la
117 facturación de Strava aumentó un 70%, hasta los 100 millones de dólares, siendo rentable por primera vez.

118 Strava sigue aumentando los deportes que pueden ser registrados. Actualmente, aparecen el running, ciclismo,
119 natación, esquí, escalada, musculación, crossfit, patinaje, surf, fútbol, golf, vela, skateboarding y piragüismo. La
120 gran acogida entre la comunidad ciclista (que representaba en 2016 el 54 % de las actividades totales registradas)
121 provocó que la compañía se convirtiese en patrocinador principal del Tour de Francia y el Tour de France Femmes
122 avec Zwift, el gran evento mundial del sector. Se recogerían en la plataforma todos los entresijos individuales de
123 los participantes, por lo que los aficionados cuentan con la posibilidad de entrar en los segmentos y "competir"
124 con sus ídolos. Además, la compañía anunció una inversión de un millón de euros para fomentar la equidad de
125 género y la inclusión en el deporte a través de becas monetarias.

126 El último Informe Anual publicado por la compañía, en la que analiza datos totales a nivel mundial (y también
127 concretos por países), vislumbró que el boom deportivo experimentado por los confinamientos masivos por culpa
128 de la pandemia de la Covid-19 continuaron un año después, en 2021, con un incremento de la expansión de los
129 deportistas que registraban sus actividades a través de la red. Si en 2020 se cargaron 21,5 millones de actividades
130 a la semana, en 2021 se pasó a 37 millones, con un aumento del 38 %, alcanzando los 1.800 millones al año.
131 Los usuarios sumaron 3,8 mil millones de kilómetros, con una distancia media por actividad de 6,2 kilómetros y
132 una duración de 38 minutos y 48 segundos, ligeramente superior de los hombres con respecto a las mujeres. La
133 APP sumó dos millones de seguidores al mes. En dicho periodo se repartieron 9.600 millones de kudos ??Strava,
134 2021).

135 3 III. Las Redes Sociales Deportivas y

136 la Salud Mental a) Consecuencias negativas del uso de las redes sociales digitales Importantes modificaciones
137 en el comportamiento de la oxitocina, la dopamina, la serotonina, la adrenalina, el cortisol o la testosterona.
138 Es la consecuencia del consumo de las redes sociales digitales, diseñadas para activar premios biológicos y que
139 por lo tanto pueden ayudar también a acrecentar la impresión de felicidad y la sensación subjetiva de placer.
140 Se potencia la capacidad de interacción social, el individualismo o la desinhibición. Sin embargo, también ha
141 quedado constatado el efecto negativo que pueden reportar, dado que cae en picado la capacidad de concentración
142 y a menudo la autoestima. Además, también provoca adicciones que pueden reportar consecuencias negativas,
143 creando una dependencia emocional y psicológica. "Los estudios han demostrado que el flujo constante de retuits,
144 me gusta y acciones de estos sitios han afectado al área de recompensa del cerebro para desencadenar el mismo
145 tipo de reacción química que otras drogas" (Challco Huaytalla, 2016). Autores como Garcés y Ramos (2010)
146 defienden que el uso excesivo de dichas plataformas provocan trastornos psicológicos como ansiedad, pérdida de
147 la concentración, olvidos de las obligaciones, aislamiento físico o adicción, hasta desembocar en falta de control.
148 Una investigación llevada a cabo por Think with Google en 2017 expuso que un 22% de los usuarios cierra la
149 pestaña de una página web si tarda en cargarse más de tres segundos, mientras un 35% si la espera excede los
150 cinco segundos ??Google, 2017).

151 Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) llevan mucha más allá sus investigaciones y relacionan el uso de
152 redes sociales con la depresión, la falta de habilidades sociales y la baja autoestima, mostrándose los usuarios
153 indefensos y manteniendo una percepción deteriorada sobre sus relaciones interpersonales. De hecho, diferentes
154 filtraciones publicadas por el periódico The Wall Street Journal en septiembre de 2021 desvelaron que, a nivel
155 interno, Facebook aceptaba que redes sociales como Instagram dañan la autoestima corporal de una de cada
156 tres adolescentes. Se llegaba a aceptar que Instagram puede resultar "tóxica" para los adolescentes. El informe
157 indicaba que "el 32% de las chicas adolescentes dijeron que cuando se sentían mal con sus cuerpos, Instagram las
158 hacía sentir peor" (Eldiario.es, 2021). Ya en 2019 otro informe interno de la empresa afirmaba: "Empeoramos los
159 problemas de imagen corporal en una de cada tres chicas adolescentes" y también que "los adolescentes culpan
160 a Instagram de los aumentos en la tasa de ansiedad y depresión". El 13% de los usuarios británicos y el 6% de
161 los estadounidenses vincularon el deseo de quitarse a la vida al uso de Instagram.

162 El gran problema de las redes sociales es que no han recibido el escrutinio del público más genérico y las
163 consecuencias de su uso desmedido y descontrolado continúan siendo desconocidos para la mayoría, por lo que
164 se precisa de alfabetización digital y mediática para su comprensión, dado que sus efectos sobre la población (y
165 quizás más sobre los jóvenes) pueden ser muy graves a nivel emocional.

166 4 b) La particularidad de Strava

167 Strava es, en parte, una aplicación diferente porque incita a la acción. Es decir, no promociona, como sí otras
168 redes, el consumo pasivo a menudo relacionado con el ver y consumir de forma aislada. Strava promociona
169 el deporte y, con ello, vincula la exposición pública al esfuerzo físico y la superación, tanto la propia como la
170 colectiva. Es una comunidad digital de deportistas, lo que le reporta, a priori, características positivas por su
171 promoción de la vida saludable. Un grupo selecto por una particularidad específica, la práctica del deporte. Este
172 estudio se centra en la creación de una identidad deportiva digital en la que es enormemente relevante la opinión
173 del otro, que puede actuar desde el distanciamiento afectivo. La retroalimentación es clave en la configuración
174 identitaria a nivel digital, donde se muestra más aquello que se cree que demanda el interlocutor que aquello que
175 se es o se quiere mostrar. La nueva interacción social es audiovisual, activa, constante, inmediata y multitarea
176 y usa nuevos instrumentos conceptuales y metodológicos, por lo que se logran nuevos significados y valores,
177 nuevas prácticas y relaciones sociales. Tampoco ha resultado suficientemente investigado y este estudio debería
178 ser continuado con mayores muestras poblacionales que ayudasen a entender los efectos que dichas interacciones
179 públicas crean en los y las deportistas.

180 Aplicaciones digitales como Strava reportan un nuevo paradigma comunicacional, en un ambiente en el que
181 ya se había producido y generalizado una difusión absoluta entre lo público y lo privado. O más bien, una
182 desaparición de lo privado, con una nueva autoconsideración de que cualquier actividad individual interesa a
183 la colectividad. Por alejada que dicha apreciación esté de la realidad. La satisfacción personal, tan sujeta a
184 la lectura pausada de la experimentación, en este caso deportiva, se ve diluida rápidamente, por la velocidad
185 con la que actúa el prejuicio, por la interacción con otros u otras a través de las redes sociales, que siempre
186 aporta herramientas para la crítica o la autocritica. La comprensión del pasado y la valoración personal quedan
187 sujetos a la relación social. Y, desgraciadamente, en dicha apreciación es general la insatisfacción, la avaricia y
188 el retramiento. Contrastá, sin embargo, con la ambición, el descontrol y el individualismo. Se podrán observar
189 estas características a través de las respuestas de la encuesta realizada a alrededor de 300 deportistas.

190 Como acepta el vicepresidente de marketing de Strava, Gareth Nettleton, la gran diferencia de Strava que
191 permitió su éxito empresarial contra la competencia fue la incorporación de premios emocionales a su plataforma,
192 es decir, la publicación de los resultados obtenidos deportivamente y la incorporación de interacción de aprobación
193 (pero también de desaprobación, aunque fuese a través del silencio digital) de una comunidad. Dicha visión la
194 aparejaba a otras redes sociales tradicionales a nivel digital, caso de Instagram, Facebook o Tiktok. En Instagram
195 se dan más de 4.000 millones de likes al día y la necesidad de estar conectado o de mirar constantemente los
196 likes puede convertirse en un pozo de vulnerabilidad del que será muy difícil salir porque nunca sacian a la
197 persona, al contrario: siempre se quiere más (Catalán, 2020). Nettleton, en la entrevista citada anteriormente,
198 afirmaba que ellos, como compañía, entendieron que es más importante compartir que competir. Ciento es que
199 se comparte, en cierta medida (unos más que otros) para competir y se compite (unos más que otros) para
200 compartir. Según Nettleton: "A los brasileños le encanta compartir muchas cosas en redes sociales, mientras
201 que los alemanes son mucho más celosos con su privacidad. Con el ciclismo tuvimos suerte: fuimos una de las
202 primeras herramientas centradas en ese deporte. En el caso del running, el panorama era muy distinto: existían
203 aplicaciones buenas y exitosas, pero que no tenían tan desarrollado su carácter social. Desde su origen, Strava
204 fue concebido como una red social (?) El otro reto es ser, cada vez más, una especie de hermano de nuestros
205 usuarios. Queremos ser un hábito, una costumbre, el hermano con el que sales a hacer deporte y que te estimula
206 y convierte el deporte en, casi, una adicción" (Nettleton, 2016).

207 Una adicción al reconocimiento. Según las investigaciones científicas especializadas, la recompensa es un
208 componente central para impulsar el aprendizaje basado en incentivos, las respuestas adecuadas a los estímulos
209 y el desarrollo de conductas dirigidas a objetivos. La activación del sistema de recompensa (?) provoca una
210 liberación de dopamina, Year 2022 © 2022 Global Journals H especialmente en el núcleo accumbens, que genera
211 una intensa sensación de placer y motiva al sujeto a la repetición de dichas actividades (Hikosaka et al., 2008; Haber
212 y Knutson, 2010). Al núcleo accumbens se imputa funciones relevantes en el placer como la risa y la recompensa
213 pero también otros de diferente índoles como el miedo, la agresión, la adicción y el efecto placebo. Según la
214 psicóloga del deporte, máster en psicología social y deportista de élite durante veintidós años, Davinia Albinyana:
215 "La explicación científica en el ámbito de la psicología del deporte que respaldaría esas causas sería la conocida
216 Teoría de las Metas de Logro (Nicholls, 1989) donde habla de las diferentes maneras de valorar nuestra capacidad
217 en el deporte siendo dos, la autorreferenciada (comparándonos con nosotros mismos) y con criterio normativo
218 (comparando con el resto) De ahí surge los dos tipos de orientación motivacional en el deporte. Los deportistas
219 orientados al Resultado/Ego miden sus capacidades a partir de la comparación con el resto por ese motivo estarán
220 más presionados y sometidos a mostrar sus entrenamientos para compararse. Por otro lado al contrario que los
221 deportistas orientados al Aprendizaje/Tarea los cuales están centrados en aprender y mejorar sus capacidades
222 siguen un criterio de autorreferencia, no están tan presionados en mostrar sus resultados/ marcas/entrenamientos.
223 Esta variable afectaría a largo plazo al nivel de satisfacción en general de la práctica deportiva siendo más
224 satisfactoria para los deportistas orientados a la T/A que los E/R ya que sus mejoras y logros dependen más de
225 factores externos (los demás). Los deportistas de A/T sienten placer simplemente por hacer deporte autosuperarse
226 ya que su energía está centrada en todo aquello que dependa de ellos mismos" (Albinyana, 2022). Por tanto, las
227 APPs deportivas pueden favorecer, si no se consumen con conocimiento de causa y consecuencia efectos como la
228 adicción incontrolada y la obsesión al perseguir premios y reconocimientos alejados de la mejora del estado físico

229 dentro de una ludificación que usa estrategias de interacción interesadas en los beneficios empresariales. También
230 al compartir unos registros de forma pública, que añade dosis de competitividad y con ello también la presión
231 del escrutinio ajeno, lo que se puede convertir en una merma de la autoestima en personas vulnerables a nivel
232 emocional.

233 Según Martin Turner y Jamie B. Barker (2011), se cree que el éxito como atleta refleja el valor como ser
234 humano y ejercicios como correr ahora son parte de quién eres. Creencias ilógicas asociadas con una mayor
235 dependencia del ejercicio, depresión, ira, ansiedad y agotamiento. Dichos autores consideran que esta forma de
236 interpretar el ejercicio físico obstaculiza el bienestar en lugar de ayudarlo, refleja una motivación a corto plazo y
237 basada en la culpa y no son consistentes de la realidad porque ofrecen excesiva importancia al hecho de competir
238 deportivamente.

239 Lo que algunos conceptualizan como stravafilia está asociado en ocasiones a la presión social, la merma de
240 autoestima, la gestión inadecuada del tiempo, la falta de concentración, la avaricia y la envidia, secundándose
241 efectos positivos como la socialización, el hecho de compartir experiencias y consejos, la motivación por el apoyo
242 ajeno, la configuración de una comunidad vinculada por la vida saludable o la competitividad sana que ayuda a
243 mejorar.

244 IV.

245 **5 Encuesta a) Confección del estudio práctico**

246 El estudio se ha confeccionado en dos fases completamente diferenciadas. Por un lado, una investigación sobre
247 la adicción de dichas redes sociales deportivas, que las asimilan a las genéricas y, por otro, el efecto sobre la
248 salud mental y física de los deportistas como fruto de la presión social a la que son sometidos. La primera parte
249 estuvo fundamentada en la lectura y puesta en común de investigaciones previas del mundo científico, aportando
250 una contextualización pertinente para entender el funcionamiento social cuando se produce la interacción en
251 comunidad. Se han consultado revistas científicas, repositorios, páginas web de periódicos acreditados y de
252 prestigio y tesis doctorales.

253 La encuesta, confeccionada ad hoc para el estudio actual a través de Google Forms, funcionó por bola de
254 nieve, partiendo de un grupo de deportistas vinculados al mundo del triatlón a través de un informante clave,
255 el autor de la investigación, que previamente explicaba el objetivo meramente académico. Las preguntas fueron
256 circulando a través de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter y de otras plataformas como WhatsApp
257 y Telegram. Estuvo en funcionamiento entre el 15 de julio y el 1 de octubre de 2022. La participación fue anónima,
258 con sujetos analizados principalmente de España. La encuesta constaba de 20 ítems, principalmente dirigidas a
259 una respuesta afirmativa o negativa, aunque con cuestiones dicotómicas, polito?icas y de múltiple respuesta. En
260 total participaron 288 deportistas. Evidentemente existía una segunda parte de la investigación que pasó por la
261 codificación y análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta.

262 **6 i. Limitaciones y futuras líneas de investigación**

263 La principal carencia de este estudio yace en la falta de aplicación de encuestas centradas en parámetros
264 de investigación científica contrastados en el análisis conductual y emocional a nivel psicológico, como son
265 el caso de escalas ??e Evidentemente, a nivel científico, una muestra más amplia hubiese permitido ampliar
266 la representatividad de los deportistas y sus particulares condiciones. La encuesta se distribuyó por canales
267 prácticamente personales que permitieron llegar a un número limitado de deportistas, centrados quizás en unos
268 específicos deportes y en una determinada zona geográfica. Así se confirma en las respuestas, aunque la encuesta
269 era anónima. Las investigaciones online permiten reducir los costos y los tiempos de recolección de datos pero
270 quizás se ven perjudicadas por una falta de honestidad que responde a aquello que los encuestados desean mostrar
271 de sí mismos pero no a sus condiciones o características reales. Un estudio similar pero contrastado con encuestas
272 científicas vinculadas a la psicología social podría segmentar la investigación y, por tanto, conocer datos más
273 concretos para tipos diferentes de personas, por ejemplo por lo que hace a individuos que escenifiquen adicciones
274 en otros campos. Por último, el estudio hubiese podido ampliarse con la investigación de la protección de la
275 seguridad digital que aplican los usuarios, por ejemplo con la aceptación de seguidores que no son conocidos en
276 la vida real o la salvaguarda de la información privada para que no sea visible por parte de los desconocidos.

277 **7 b) Resultados**

278 Del análisis pormenorizado de los resultados de la encuesta se pueden lanzar conclusiones descriptivas y algunas
279 afirmaciones evaluativas. Como queda constatado en los resultados, la encuesta fue contestada mayormente por
280 hombres (86,8 %) de edades comprendidas entre los 18 y los 50 años (un 88,2 %). Dada las limitaciones para
281 una mayor difusión del cuestionario, evidentemente fueron del continente europeo, previsiblemente de España.

282 La plataforma reina en el mundo del deporte digital también se destacó en la encuesta como la más aceptada y
283 difundida, compartiendo protagonismo con un Garmin Connect que sin embargo es compatible con la primera al
284 prácticamente funcionar siempre como sincronizadas. Los deportistas registran sus prácticas deportivas a través
285 de los relojes Garmin, que ya cuenta con una APP que permite el estudio y análisis de los datos. Sin embargo,
286 consiente la sincronización con Strava (al igual que otras plataformas como Bkool), por lo que los datos pasan
287 automáticamente a esta, permitiendo ahí la interacción social de la comunidad.

7 B) RESULTADOS

288 A pesar de la consideración inicial como un portal mayormente de ciclistas y corredores, los informes anuales
289 que aporta Strava demuestran que el senderismo (el hecho de caminar que tanto se popularizó en la pandemia de
290 2020 y 2021) es más notorio que nunca, con especial popularidad entre las mujeres. Sin embargo, abarca todos
291 los grupos de edad, géneros y regiones. A nivel genérico, el usuario tipo sube caminatas de 2,5 a 4 horas por
292 semana. La caminata y el senderismo fueron los deportes que protagonizaron un mayor aumento en 2021, junto
293 con el yoga y otros entrenamientos de interior. Las particularidades del presente estudio, sin embargo, provocaron
294 que mayormente se expresasen los participantes como deportistas vinculados a la carrera a pie (running) con un
295 34,7 %, seguido por el ciclismo y los deportes combinados como el duatlón o el triatlón. La encuesta se lanzó
296 principalmente entre clubes de dichos deportes, a los que es más fácil llegar por estar coordinados a través de
297 grupos de WhatsApp o redes sociales como Instagram o Facebook y por lo tanto es mucho más fácil la difusión del
298 cuestionario entre estas comunidades. Entre el público en general que quizá practica y comparte más el mundo
299 del senderismo y las caminatas es más difícil difundir la encuesta. De ahí la posible alteración.

300 Year 2022 H Más allá del análisis de los usuarios de la plataforma deportiva, este estudio pretendía incidir
301 en el consumo, en el modo de su utilización y su vinculación con otras redes sociales digitales y, por lo tanto,
302 sujeto también a las consecuencias de uso que se experimentan en dichas plataformas populares como Instagram,
303 Facebook o TikTok. Cuando los casi 300 encuestados fueron preguntados sobre su concepción del tiempo de
304 uso, la mayoría consideró que no consume Strava por encima de lo normal, siendo esta una apreciación subjetiva
305 que, sin embargo, habla sobre la concepción de aprovechamiento del tiempo, ligado este a sentimientos como la
306 insatisfacción. Tampoco hay que obviar que un 15,6 % de la población encuestada acepta un uso por encima de
307 lo normal, por lo que pueden estar admitiendo una práctica viciosa de Strava. Petriz Fisas hace referencia en sus
308 estudios a la predisposición con las redes sociales de la comunidad runner, muy proclive a publicar selfies y fotos
309 de sus competiciones o incluso entrenamientos, ritmos de carrera, logros obtenidos, fotos grupales y otro tipo
310 de contenido (Petriz Fisas, 2017). Dicha propensión se puede extrapolar a cualquier deportista, sea cual sea su
311 práctica. López, por su parte, explica en sus investigaciones que dicha conducta se da porque correr esta? bien
312 visto socialmente, como símbolo de estilo de vida saludable que también se vincula al sacrificio, la búsqueda de
313 desafíos y la superación personal (Lo?ez, 2019).

314 De hecho, vinculado a la pregunta anterior y en la misma línea de respuestas, un 6,2 % de los encuestados
315 acepta que algún miembro de su familia se ha quejado en alguna ocasión por el uso excesivo de Strava, lo que
316 puede desembocar en problemas en los núcleos de convivencia.

317 Dicha línea de respuesta también se observa en la estadística que afirma que la misma cantidad que la respuesta
318 anterior (un 6,2 %) aceptan que experimentan dificultades para controlar el impulso de conectarse a Strava y que
319 han intentado sin éxito reducir el número de horas que invierten en la observación de la comunidad digital.

320 Casi la mitad de los encuestados, en cierta confrontación con los resultados anteriores, acepta que tras hacer
321 deporte usa más a menudo el teléfono móvil por culpa de Strava, es decir, vinculan el deporte consumo innegociable
322 de la plataforma digital. Son dos prácticas que quedan asociadas, aparejadas. "Observando los resultados de la
323 encuesta de Senso se puede constatar que, aunque en un porcentaje bajo, se observa que las personas consumen
324 más tiempo del que deberían en el uso de dispositivos electrónicos y aplicaciones, no solo los concernientes a los
325 deportes sino también a otras donde pueden tener un punto de referencia y también comparación con otros. Así el
326 uso de aplicaciones deportivas también da paso al consumo de otras plataformas que podrían servir de referencia
327 tanto el ámbito informacional como en el social. Esto se ve asociado a que casi la mitad de los usuarios utiliza otras
328 redes después de usar la aplicación deportiva Strava, un resultado común entre los consumidores de plataformas
329 sociales. Las redes sociales y el uso de internet en general forman parte ya de nuestra vida cotidiana y tanto
330 jóvenes como adultos, han tenido que equipararse para responder ante la necesidad de comunicarse y mantenerse
331 informado, una necesidad que se ha convertido en una "prioridad personal" y una "necesidad primaria" incluso
332 más significativa que otras necesidades como la de interrelación y de seguridad, esto reflejado en que más de la
333 mitad de los usuarios han respondido que cuesta trabajo mantenerse sin internet por días", analiza el psicólogo
334 Alexander López de León, doctorando de la Universidad de Granada y con máster en Psicología Social por la
335 Universidad de Valencia (López de León, 2022). Dichos datos se engloban en una tendencia general conocida en
336 la que los teléfonos inteligentes forman parte de la vida diaria de la mayoría de la población mundial. El 67,4
337 % de los encuestados acepta que le cuesta trabajo permanecer sin Internet varios días seguidos. Los usuarios de
338 teléfonos móviles utilizaron estos dispositivos una media de 4,8 horas al día el pasado año 2021, lo que suponía
339 un tercio de las horas que pasaban despiertos al día, con un crecimiento del 30 % respecto al año anterior. Así
340 lo certificó un informe del Estado Móvil 2022 que publicó la compañía de análisis App Annie ??Data, 2022).

341 Se denomina nomofobia al miedo irracional a permanecer sin el teléfono móvil. Por poco que sea. Los síntomas
342 son propios de los que siempre escuchados vinculados a la drogodependencia. Ansiedad, cefaleas, obsesión,
343 irritabilidad, nerviosismo, taquicardias, dolores de estómago e incluso ataques de pánico. La dependencia es
344 propia de la adicción. El Instituto Nacional de Estadística (INE) expuso en 2018 que el 58% de los hombres
345 y el 48% de las mujeres podrían padecer dicha nomofobia al temer quedarse sin su teléfono y todo lo que ello
346 suponía. Un 9% mostraban estrés con sólo pensar en apagarlo. Más de la mitad justificaron sus sentimientos
347 ante el aislamiento social y un 10% achacaron su adicción a necesidades laborales (El Mundo, 2018). El INE
348 reveló en 2020 que el 96% de las familias cuentan con al menos un teléfono móvil y que el 77% de las personas que
349 acceden a internet lo hacen a través de él. De media, se consulta 34 veces al día. Los psicólogos afirman que esta
350 adicción al teléfono móvil está aumentando rápidamente y que los adictos son cada vez más jóvenes, personas

que no cuentan con capacidad intelectual y madurez suficiente como para entender la problemática. Los datos extraídos del Informe Ditrendia:

Mobile en España y en Mundo 2020 volvieron a ratificar la tendencia al alza en el uso de dispositivos móviles y redes sociales. Las encuestas realizadas en todo el mundo, por lo que hacía a España, desvelaban que 7,6 millones se entendían a sí mismos como adictos a sus teléfonos móviles. El 61 % de los preguntados respondió que su dispositivo era lo primero y último que miraba cada día, mientras que 3,7 millones no podía pasar más de una hora sin consultarlos. Eso provoca (tanto en España como en el resto del mundo) que los usuarios de Internet dedicásem en 2019 casi 48 días completos a mirar su Smartphone, con una media de 3 horas y 22 minutos al día. La media española era ligeramente inferior pero entre los jóvenes entre dieciocho y veinticuatro años se iba hasta más de 6 horas al día, con un 70 % de dicho tiempo en aplicaciones de mensajería como WhatsApp (41 %) o redes sociales como Facebook (25 %). Casi 29 millones de españoles tienen redes sociales y cada uno tiene una media de 8,4 cuentas (Ditrendia, 2020).

La ciberadicción se convierte en un patrón conductual sin control que puede incluso descuidar las relaciones sociales analógicas, las responsabilidades profesionales y la salud y la higiene corporal. El 67,4 % de los deportistas analizados en la presente investigación expresaron que les cuesta permanecer sin Internet varios días seguidos.

Vinculado más específicamente a los efectos sobre la salud mental, el 21,5 % de los deportistas preguntados en el presente estudio aceptaron que experimentan la sensación de que están perdiendo o desaprovechando su tiempo cuando navegan por Strava y observan los entrenamientos de los integrantes de su comunidad digital. Esta es una tendencia que se ha generalizado con el consumo de las redes sociales más populares. Como explica Alberto Knapp Bjerén, dicho sentimiento incluso se ha conceptualizado: "Cada vez son más las personas que sienten que su vida es mucho menos interesante que la de sus conocidos y que tienen siempre la sensación de estar perdiéndose algo. Cualquier buen momento se rompe al descubrir que alguno de tus colegas está pasándose fenomenal en algo que tu desconocías. Las redes sociales, en las que solo se cuenta lo bueno, se están convirtiendo en un nuevo elemento de agobio que ya tiene nombre: FOMO, Fear of Missing Out. FOMO es un miedo social que siempre ha existido: la exclusión, el saber que tus colegas van a algo o tienen algo mejor que tú. Pero gracias a los smartphones y a la ubicuidad e instantaneidad de las redes sociales, ese miedo se ha convertido en un acompañante habitual. Al consumo clásico aspiracional, querer siempre algo que no tenemos y que creemos es imprescindible para nuestra felicidad, se une ahora la angustia de saber constantemente que nos estamos perdiendo algo, de Year 2022 © 2022 Global Journals H no poder disfrutar lo que estas haciendo en un momento concreto porque a la vez sabes a ciencia cierta, gracias a tu móvil y twitter, que te estás perdiendo otra cosa. Ahora siempre sabes qué están haciendo tus amigos, y por lo tanto qué te estás perdiendo. Eso es lo que puede generar ansiedad y una sensación de falta adaptación o exclusión. Según un estudio de JWT, tres de cada diez personas de entre 13 y 34 años han experimentado esta sensación, y generalmente cuando ven que sus amigos hacen cosas a las que no están invitados" (El País, 2012).

Según añade López de León: "En deportes de alto rendimiento y otras actividades físicas, tener competencia y basarse en los resultados de otros puede ser un aspecto positivo para aumentar el nivel de exigencia, superar sus propios registros y alcanzar los objetivos personales. Sin embargo, la competencia puede ser una fuente de estrés e insatisfacción también. Casi una cuarta parte de los usuarios participantes demuestra que el rendimiento propio y la comparación con otros deportistas tiene una estrecha relación en el uso de la aplicación deportiva. Así, las aplicaciones deportivas podrían estar funcionando (para una sección de la población) no solo como una interfaz de recuentos de los resultados y exigencias propias en el ejercicio físico, sino también como un medio causante de malestar psicológico -estrés, remordimientos, ansiedad, infravaloración de sus propios procesos y progresos personales-debido al uso inadecuado y comparativo de sus herramientas y disposición de información que afecta el rendimiento propio y objetivos personales. Por tanto, es importante adherirse a una educación deportiva que permita el adecuado desarrollo de las capacidades personales, la concienciación en las diferencias de los procesos físicos de las otras personas y la valoración de la competencia sana" (López, 2022).

La insatisfacción puede asociarse a la irritabilidad, la ansiedad o la depresión. Así lo atestiguan varias investigaciones en las que por ejemplo se comprobó que el 68 % de casi 300 atletas experimentaban una gran ansiedad deportiva y una interrupción de la concentración si en las dos horas posteriores a la práctica usaban Facebook (Encel et al., 2017). El 26 % de los y las encuestadas en la presente investigación manifestó sentir insatisfacción al observar sus registros comparados con los de sus compañeros de comunidad digital. Más de 1 de cada 4. El 14 % llegó a aceptar una pérdida de confianza asociada y el 20 % sentir presión social, lo que aumenta la inseguridad y el sentimiento de inferioridad.

Como con el resto de redes sociales, la actividad digital puede afectar en el rendimiento deportivo. Otra investigación desarrollada en 2019 constató, a través de los tuits de más de un centenar de jugadores de la NBA entre 2009 y 2016, que colgar publicaciones en dicha red social entre las once de la noche y las siete de la mañana del día del partido se asoció con un porcentaje de acierto más bajo en el tiro a canasta y menos rebotes logrados (Jones et al. 2019). Dichas teorías quedaron ratificadas por un nutrido grupo de investigadores, que demostraron con el análisis de veintiún boxeadores que aquellos que jugaban a videojuegos o consumían las redes sociales tomaban peores decisiones después durante los combates en comparación a aquellos que no hacían nada previamente (Sousa et al. 2021). Con futbolistas aportó los mismos resultados (Sousa et al. 2020). La conclusión del estudio fue que navegar por las redes sociales induce un periodo dilatado de impulsos eléctricos en ciertas

413 áreas del cerebro, lo que disminuye el ritmo de procesamiento de la información. La capacidad de concentración
414 se ha reducido de doce a ocho segundos, según un estudio de Microsoft Corporation (Medical Daily, 2015).

415 Por tanto, el consumo de redes sociales antes del ejercicio físico reduce las capacidades de respuesta y la
416 toma de decisiones adecuadas en el deporte. Dicho consumo con posterioridad puede afectar a la autoestima
417 por la comparación con otros deportistas de la comunidad más y mejor preparados. Sólo el 10,8 % de los
418 y las encuestadas acepta que borra o directamente no sube el contenido si no se considera lo suficientemente
419 positivo para que sea admirado por la comunidad de seguidores. Es por tanto, un comportamiento inducido
420 por la aceptación del interlocutor. El dato confirma otros estudios como los realizados por Martín Critikia?
421 y Medina Núñez que aseguraban, en referencia a la Generación Z (nacidos en los últimos años de los 90's e
422 inicio de los 2000) que, a pesar de los sentimientos negativos que esto pudiese generarles, el 70% de encuestados
423 no borra una publicación aun habiendo recibido comentarios negativos o desagradables y un 90% afirma que
424 tampoco borra una publicación si no recibe los "me gusta" esperados. El 80% de ellos negó hacer publicaciones
425 estratégicamente pensadas para aumentar sus likes (Martín y Medina, 2021). En el mundo digital los usuarios
426 fortalecen su comunidad y la depuran. Lo hacen sin restricciones espaciotemporales, lo que ha supuesto un cambio
427 de paradigma clave en la historia. Con una inexistencia de jerarquía y en el que el autogobierno se impone de
428 forma espontánea. El mecanismo de agregación está sujeto a la voz propia, al espacio reservado en el que cada
429 sujeto digital es escuchado, observado y seguido. Con la exigente exhibición a la que eso obliga, destruyendo
430 prácticamente la separación entre la vida privada y la pública. Se magnifica, con todo, la frugalidad vinculada
431 al individualismo, con una excitación constante que sólo entiende del presente y que anhela la hiperactividad
432 que no descansa y que no reflexiona. La identidad pública depende hoy más de la imagen que se traslada a
433 través del etéreo mundo de las redes sociales que de la vida analógica. Se transmite aquello que se considera que
434 gusta a los demás y en ocasiones el comportamiento primigenio de dicha acción es la autocensura, la feroz crítica
435 sobre una representación del yo que se cree débil. La búsqueda de la reciprocidad se inicia con la pretensión
436 de la homogeneización para encauzar en el grupo, en la comunidad. Porque la identidad nace de la interacción.
437 Es necesario el retorno. Dicho comportamiento inadecuado es aceptado por el 18,4 % de los encuestados, que
438 respondieron afirmativamente cuando fueron preguntados si habían llevado su cuerpo (su capacidad física) al
439 límite e incluso por encima para superar algún registro de Strava. En el deporte es usual superarse físicamente
440 mediante el entrenamiento pero debe contar con una análisis distinto el hecho de que se pueda llevar la capacidad
441 física por encima de las posibilidades individuales sólo con el único objetivo de mejorar registros en una red social.
442 La admiración y respeto de la comunidad digital es clave en dicho planteamiento. El 7,3 % incluso llega a aceptar,
443 en la siguiente pregunta, que su esfuerzo físico pudo llegar a producirse bajo un comportamiento irresponsable.

444 En las interacciones humanas, las señales de éxito en las redes sociales dadas, por ejemplo, por el número de
445 seguidores o la cantidad de "me gusta" obtenidos en las publicaciones, implican una mejora de la reputación y son
446 capaces de activar el sistema de recompensa del cerebro ya que activan regiones neuronales implicadas
447 en el procesamiento de recompensas cuando observaban en Instagram fotografías con más "me gustas" que no
448 otras. Demostraron así que la cantidad de apoyos públicos se vinculaba al respaldo posterior y, por tanto, a la
449 influencia o popularidad social. Las fotos con más interacciones positivas provocaban mayor actividad cerebral
450 también por lo que hacía a la imitación y la atención. Se destaca? el papel del núcleo accumbens al recibir
451 retroalimentación positiva de las propias fotografías.

452 El 21,9 % de los encuestados para el presente estudio también aceptan que valoran más el comportamiento
453 deportivo de los compañeros o conocidos en Strava en función de sus resultados subidos a la plataforma.

454 Por último se quiso preguntar a los y las encuestadas por su predisposición a pagar por la aplicación, dado
455 que la compañía decidió en 2020 dar un paso adelante para aumentar los ingresos, bloqueando con previo pago
456 algunos servicios de gran popularidad entre los usuarios, como era, por ejemplo, los rankings clasificatorios en los
457 sectores ciclistas. Alrededor de 1 de cada 5 de los encuestados manifestó su predisposición al pago, apreciando
458 así el valor añadido de la plataforma. Tras un periodo de prueba gratuito, el precio es de 7,99 euros si se trata
459 de una suscripción mensual o 59,99 euros si es anual.

460 V.

461 8 Conclusiones

462 La cibercomunicación ha reportado productos de entretenimiento caracterizados por la inmediatez, la constante
463 interacción y la participación, provocando que constantemente estemos sujetos a la opinión de los demás. Solo
464 en Instagram se ofrecen más de 4.000 millones de likes al día, que provocan otras tantas reacciones tras los avisos
465 a las personas interpeladas, en lo que supone una dependencia psicológica y emocional sin precedentes en la
466 historia. El deportista quiere mostrar sus avances. Y lo hace a través de comunidades digitales mayoritariamente
467 públicas en las que su privacidad queda de nuevo sometida, rindiéndose al escrutinio social. La tecnología ofrece
468 así una nueva motivación, con una nueva experiencia que trasciende a la práctica deportiva y se expande con
469 posterioridad a través de la búsqueda del reconocimiento público. El ritmo frenético con el que se expande la
470 nueva tecnología modifica prácticamente sin control y sin conocimiento de causa las relaciones humanas y la
471 adaptación de la sociedad llega a Year 2022 H menudo tras consecuencias negativas ya en marcha que perjudican
472 la salud mental y física. En el caso de las redes sociales digitales a través de plataformas como Facebook,
473 Instagram o Tiktok se han estudiado casos de dependencia psicológica y emocional, lo que las ha convertido en
474 un pozo de vulnerabilidad.

475 El presente estudio buscaba conocer si también las plataformas digitales deportivas que han potenciado la
476 interacción social de sus integrantes podrían ejercer un efecto similar entre sus usuarios y usuarias, provocando
477 presión social, dependencia emocional, frustración e insatisfacción, e incluso llevando a los deportistas a asumir
478 retos deportivos inadecuados para su formación o estado físico sólo con el objetivo de conseguir o consolidar su
479 estatus entre su "comunidad" digital.

480 La disciplina y el esfuerzo que exige la mejora deportiva van acompañados hoy, de forma general, de la presión
481 por la sobreexposición que se produce a través de las redes sociales. El nuevo paradigma comunicacional que supone
482 la cibercomunicación ha diluido, hasta prácticamente hacer desaparecer, las diferencias entre los espacios público
483 y privado, por lo que hoy la participación en entrenamientos y competiciones son evaluados o, como mínimo
484 observados, por múltiples personas que, siguiendo la tendencia de las otras redes sociales más genéricas, opinan.
485 Opinan sin filtros. Dada la publicación pública de los registros antes privados, Strava introduce la competitividad
486 en el entrenamiento y, con ello, los patrones de consumo y rivalidad individual. Funciona simplemente como la
487 consecución de una serie de estímulos que ayudan a sentirse útil de forma inmediata, aunque no tenga ninguna
488 capacidad transformadora ni disruptiva.

489 En un principio las aplicaciones de carácter deportivo no tienen teóricamente causas nocivas y simplemente se
490 limitan a controlar parámetros de la capacidad física, lo que teóricamente podría traducirse en mayor motivación
491 para seguir haciendo deporte. Sin embargo el uso y abuso de dichas aplicaciones, como con el resto de las redes
492 sociales de carácter menos concreto, provoca adicción y pueden ser perjudiciales a nivel emocional. El estudio
493 quiso expandir los conocimientos en primer lugar sobre la capacidad adictiva a Internet de una APP como Strava
494 que gamifica la práctica deportiva a través de herramientas tecnológicas y de la interacción social y, por otro,
495 observar los efectos para la salud mental que dicho comportamiento podía provocar en los deportistas sometidos al
496 escrutinio público, lo que obliga a una productividad y perfeccionamiento constante. La adicción a una aplicación
497 como Strava incluso ha sido conceptualizada popularmente con el nombre de stravismo, padecido por deportistas
498 obsesionados en conseguir los mejores tiempos en los sectores establecidos en la plataforma o el reconocimiento de
499 sus seguidores. La compartimentación de los entrenamientos a través de las redes sociales forma parte ineludible ya
500 de dicha preparación. La presente investigación ha venido a ratificar los resultados obtenidos por otros estudiosos
501 por lo que hace al consumo de redes y sus consecuencias sobre la confianza personal, añadiendo aquí que la
502 modificación del comportamiento por culpa del examen popular puede llevar a actuar de forma irresponsable a
503 nivel físico. Así lo aceptaron alrededor del 18 % de los encuestados.

504 El nivel de profesionalización que se ha adquirido en el deporte amateur hace que la mayoría de los registros
505 de records existentes en Strava sean insuperables para el común de los deportistas, lo que provoca sentimientos
506 de frustración que afectan a la autoestima. Además, la mayor disponibilidad horaria durante la pandemia
507 de Covid-19 permitió una expansión del deporte (como se observa en los registros anuales aportados por la
508 compañía), mejorando considerablemente el estado físico general. Los niveles de competitividad son inabarcables
509 en aplicaciones como Strava dado que es un mundo en el que conviven millones de deportistas, cada uno de
510 ellos y ellas subiendo y publicando lo mejor de su estado físico. El 26 % de los y las encuestadas en la presente
511 investigación manifestó sentir insatisfacción al observar sus registros comparados con los de sus compañeros de
512 comunidad digital.

513 A la inyección inicial de autoestima por la práctica del deporte, algunos y algunas consideran que les sigue
514 una insatisfacción al observar que otros usuarios de la comunidad digital hacen más o mejor, por lo que la
515 sensación es de que uno siempre se queda corto. La competición se orienta a los resultados, datos numéricos que
516 no muestran la complejidad de la vida personal, profesional o deportiva. A la postre, según aceptan el 14 % de
517 los encuestados, dicha interacción les afecta en la autoestima, mientras el 20 % dijeron sentir presión social, lo que
518 aumenta la inseguridad y el sentimiento de inferioridad.

519 9 El deporte ha interiorizado una nueva variante masiva:

520 El escrutinio social digital. Disfrutar con la práctica, para muchos y muchas, está sujeto ahora a la opinión del
521 resto. A pesar de que el deportista sea amateur, la concepción del éxito o el fracaso irá sujeta a la comparativa.
522 Se precisa una mayor alfabetización digital que capacite a los usuarios de las redes sociales y les dé a conocer
523 las consecuencias del consumo masivo e incluso adictivo. Las nuevas herramientas de interacción social aportan
524 nuevas formas de comunicación y viceversa, por lo que la creación de contenido debe ir sujeta a su comprensión.
525 La alfabetización no se debe limitar a un primer nivel de conocimiento sino abrazar también una mirada ética y,
526 bajo la premisa de que la comunicación es poder, transmitir qué se debe hacer con ella a todos los niveles (tanto
527 públicos como privados) y los peligros que entraña un mal uso. Para combatir, por ejemplo, el acoso digital y
528 sus graves consecuencias sobre la salud mental. Este es un estudio iniciático sometido a carencias y por ello se
529 precisan nuevas investigaciones futuras que profundicen en el efecto de las APP deportivas sobre la salud mental

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

¿Edad?
288 respuestas

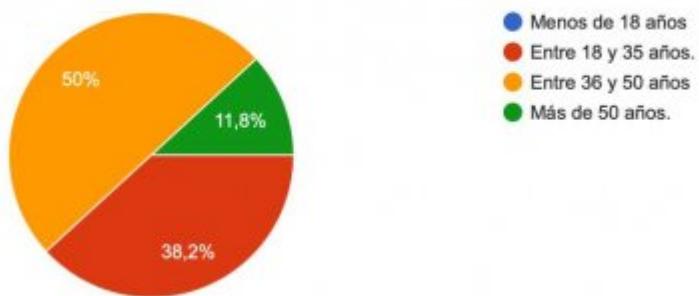


Figure 1:

¿Sexo?
288 respuestas

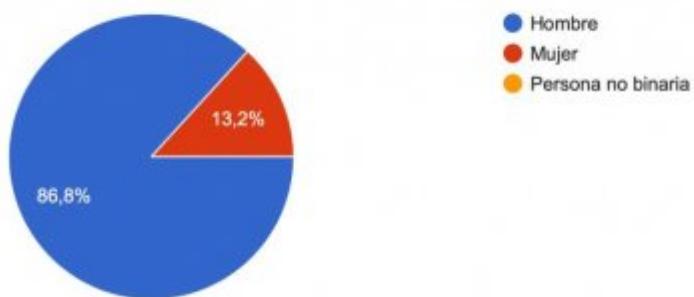


Figure 2: H

¿Continente de su nacionalidad?
287 respuestas

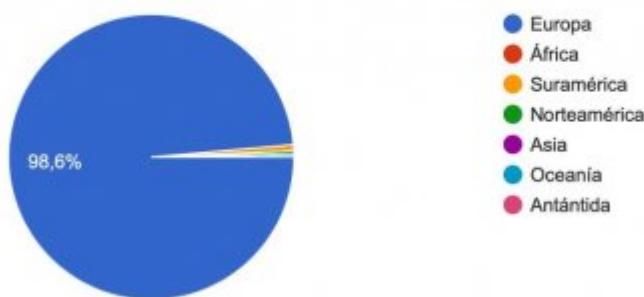
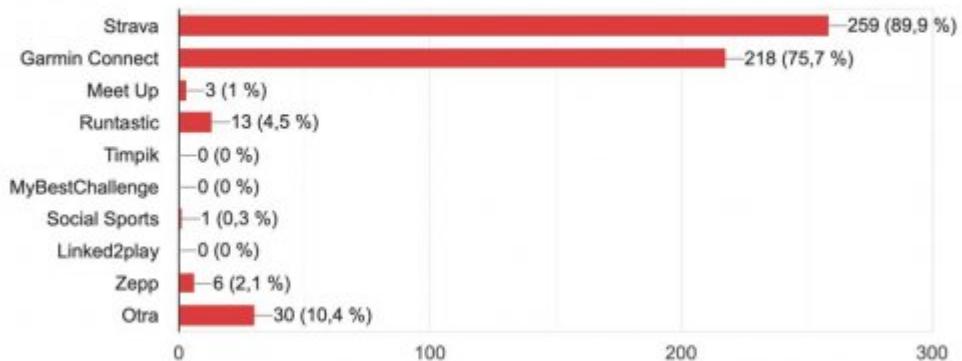


Figure 3:

¿Qué aplicaciones digitales usas como red social deportiva?
288 respuestas



2022

Figure 4: Year 2022 H

¿En que deporte utilizas más las APP deportivas como Strava?
285 respuestas

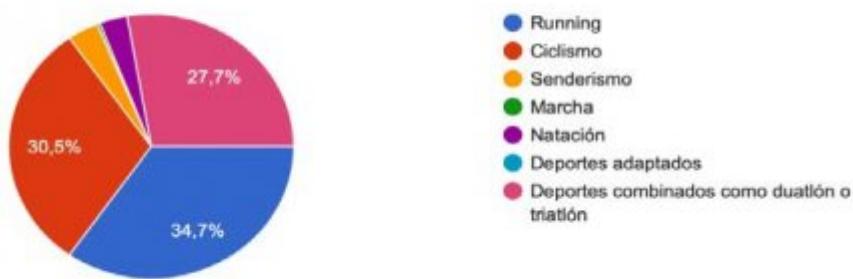


Figure 5:

¿Dedicas más tiempo del que crees que deberías a estar conectado a Strava?
288 respuestas

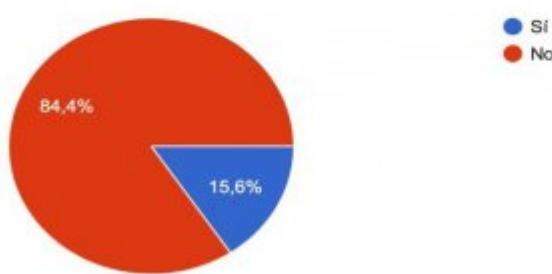


Figure 6: H

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

¿Se han quejado tus familiares de las horas que dedicas a Strava?
288 respuestas



Figure 7:

¿Tienes problemas para controlar el impulso de conectarte a Strava o has intentado sin éxito reducir el tiempo que le dedicas?
288 respuestas

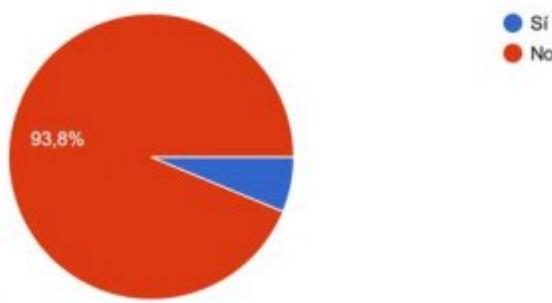


Figure 8: H

¿Utilizas el teléfono móvil más a menudo o por más tiempo justo después de hacer deporte y por culpa del consumo de Strava?
288 respuestas

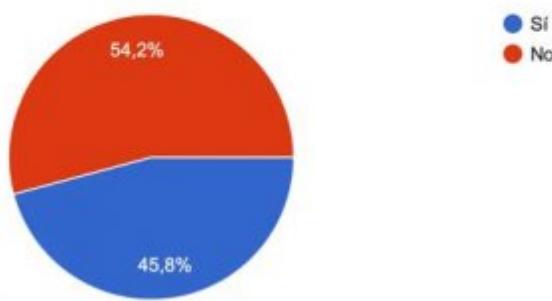


Figure 9:

¿Te cuesta trabajo permanecer sin Internet varios días seguidos?
288 respuestas

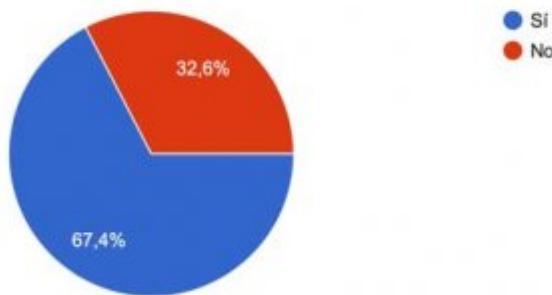


Figure 10:

¿Tienes la sensación de que te estás perdiendo algo o que estás desaprovechando tu tiempo a nivel deportivo cuando navegas por Strava y ves el ritmo de entrenamientos de tus conocidos?
288 respuestas

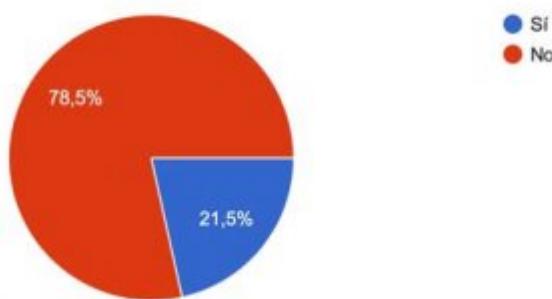


Figure 11:

¿Te produce insatisfacción mirar tus registros si los comparas con los de tus compañeros?
288 respuestas

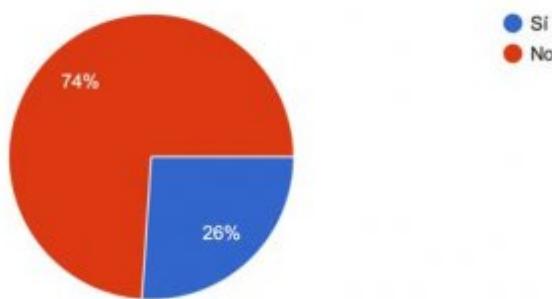


Figure 12:

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

¿Se podría decir que incluso pierdes confianza en ti mismo cuando observas los mejores registros de amigos o conocidos en Strava?
285 respuestas

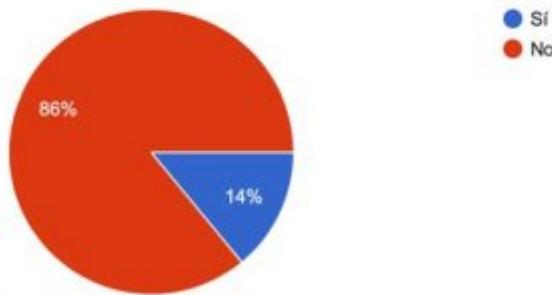


Figure 13:

¿Te sientes presionado/a al observar tus registros y la del resto de personas que sigues en estas plataformas tecnológicas como Strava?
285 respuestas

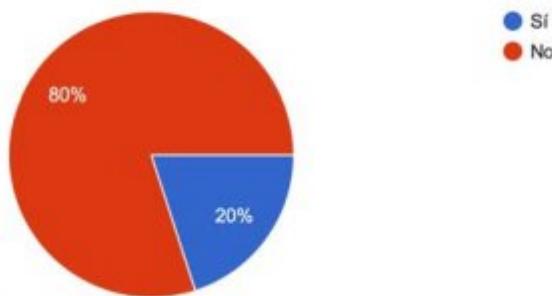


Figure 14:

¿Pasas parte del tiempo de tu entrenamiento pensando en la superación de los registros del Strava?
288 respuestas

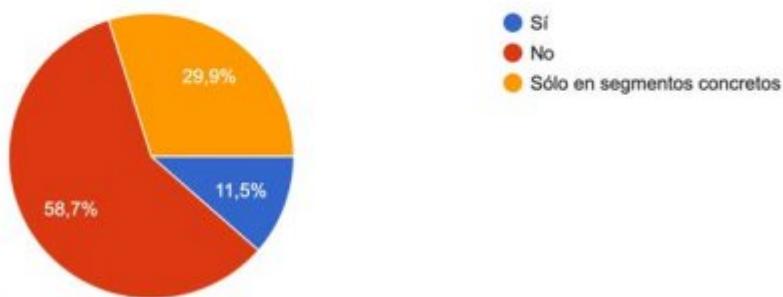


Figure 15:

¿Boras o no subes contenido a Strava si crees que no cuenta con el suficiente nivel para ser admirado o reconocido por tus seguidores?
288 respuestas

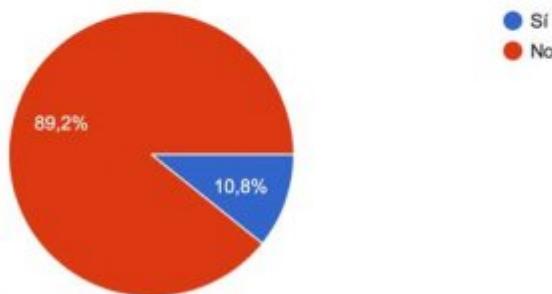


Figure 16:

¿Has llevado tu cuerpo y por lo tanto tu capacidad física al límite o incluso más allá por superar algún registro del Strava?
288 respuestas

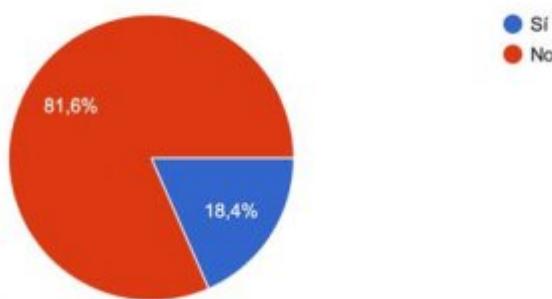


Figure 17:

¿Has podido tener un comportamiento irresponsable en ese sentido que hubiese podido afectarte físicamente?
288 respuestas

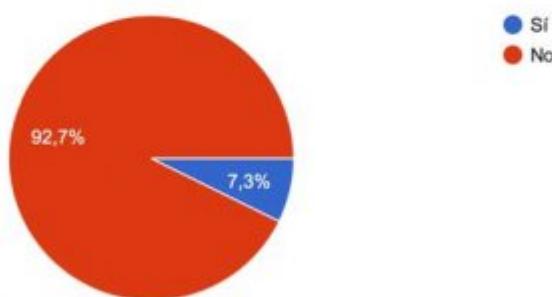


Figure 18:

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

¿Valoras más el comportamiento deportivo de tus compañeros o conocidos en función de sus números registrados en Strava?

288 respuestas

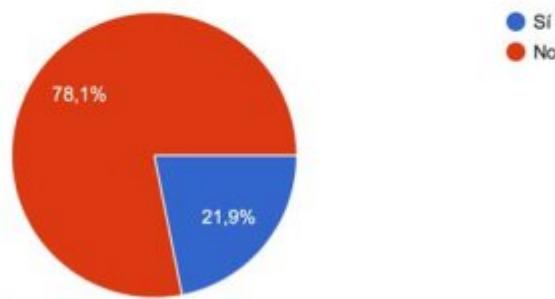


Figure 19:

¿Estás dispuesto/a a pagar para contar con los servicios adicionales que ofrecen las APP digitales vinculadas al deporte?

288 respuestas

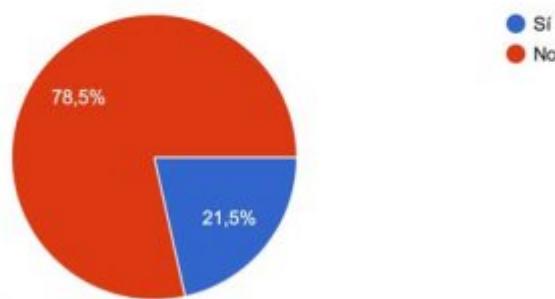


Figure 20:

Figure 21:

530 de los usuarios. Se aportan, sin embargo, valiosos datos y tendencias a tener muy en cuenta.
531 5 6 7 8

1 2 3 4

¹⁽⁾
²⁽⁾

³© 2022 Global Journals H

⁴⁽⁾
⁵⁽⁾

⁶Strava, the Aspirational Sport and its Impact on Mental Health © 2022 Global Journals Volume XXII Issue VII Version I

⁷⁽⁾
⁸⁽⁾

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

532 .1 Entrevistas

533 [Sousa Fortes] , *Sousa Fortes* (Gantois Petrus)

534 [Lima-Júnior et al.] , De Lima-Júnior , Dalton; Teixeira Barbosa , Bruno; Caputo Ferreira , MariaElisa . Yuzo
535 Nakamura.

536 [Sousa Fortes] , *Sousa Fortes*

537 [Lima-Junior] , De Lima-Junior . Dalton.

538 [Daily ()] , Daily . <https://www.medicaldaily.com/human-attention-span-shortens-8-seconds-due-digital-technology> 2015.

540 [Critikia? and Medina Núñez ()] , Martin Critikia? , D Medina Núñez , M . 2021.

541 [Varchetta et al. ()] 'Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea
542 en estudiantes universitarios'. M Varchetta , A Fraschetti , E Mari , A M Giannini . 10.19083/ridu.2020.1187.
543 <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1187> *Revista Digital de Investigación en Docencia e1087*,
544 2020.

545 [Google] 'Advanced Deanonymization through Strava: ? Google . <https://steveloughran.blogspot.com/2018/01/advanced-denonymization-through-strava.html> Publicado el 29 de enero de 2018 Así afectan los tiempos de carga a las visitas en mobile, (Steve)
546 (Consultado el 25 de septiembre de 2022)

547 [Lo?ez ()] *Análisis de la adicción al ejercicio y su relación con la motivación, el compromiso y la personalidad Grit en corredores populares* (Doctoral dissertation, A N Lo?ez . 2019. Universidad de León

548 [Filgueira ()] 'Apps Para Adquisición de Hábitos Saludables Dentro de la Educación Física'. J M Filgueira .
549 *Revista de Educación Física* 2016. 34 (4) p. .

550 [Jones et al. (2019)] 'Association between late-night tweeting and next-day game performance among professional basketball players'. Jason J Jones , Gregory W Kirschen , Kancharla , ; Sindhuja , Hale . https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352721818301724?via%3Dhub_Sleep_Health 2019. February 2019. 5 (1) p. . (Consulta el 7 de octubre de 2022)

551 [Peris et al. ()] 'Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes'. M Peris , C Maganto , L Kortabarria . <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4519140> *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education* 2013. 3 (2) p. . (Recuperado de)

552 [Gelfman ()] *Carreras shopping: un estudio de la práctica del running en Buenos Aires*, N Gelfman . 2016. p. 2022. (Tesis de Year)

553 [Colombo] *Cómo funciona el cerebro cuando usas las redes sociales (s.f.)*. Cooperativa 93.3 FM. Consultado el 26 de diciembre de 2020, D Colombo . <https://bit.ly/3fruNUG>

554 [Extra and Mindola ()] *Depender de likes: ¿Que? sentimos cuando no nos dan like?* Extra, ? Extra , A P
555 Mindola . <https://bit.ly/2Pmm1g3> 2019. p. 28. (de noviembre)

556 [Barrientos Báez et al. ()] 'Educación y gestión de emociones en Internet: hábitos de vida saludables'. A Barrientos Báez , D Caldevilla Domínguez , J A Martínez González . *ESAMEC. Education Journal: Health, Environment and Citizenship* 2021.

557 [Aznar et al. ()] *Efecto de la metodología mobile learning en la enseñanza universitaria: meta-análisis de las investigaciones publicadas en WOS y Scopus*. RISTI. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, I Aznar , M P Cáceres , J M Romero . 2018. 30 p. .

558 [Alonso et al. ()] 'Effectiveness of a multifactorial intervention based on an application for smartphones, hearthealthy walks and a nutritional workshop in patients with type 2 diabetes mellitus in primary care (EMID): study protocol for a randomised controlled trial'. R Alonso , M A Gómez , M C Patino , N Sánchez , C Agudo , C Castaño , L García , J I Recio . 10.1136/bmjjopen-2017-016191. *BMJ Open* 2017. 7 p. .

559 [Cmd Sports and Petriz Fisas ()] *El "postureo" runner: Más allá de salir a correr*, ? Cmd Sports , A Petriz Fisas . <https://www.cmdsport.com/running/cuidate-running/psicologia-cuidate-running/el-postureo-runner-mas-allá-de-salir-a-correr/> 2017.

560 [Adams and Kirkby ()] 'El exceso de ejercicio como adicción: una revisión'. J Adams , R Kirkby . *Revista de toxicomanías* 2003. 34 p. .

561 [Turner and Barker ()] 'Examining the Efficacy of Rational-Emotive Behavior Therapy (REBT) on Irrational Beliefs and Anxiety in Elite Youth Cricketers'. Martin ; Turner , Jamie B Barker . 10.1080/10413200.2011.574311. <https://doi.org/10.1080/10413200.2011.574311> *Single-Case Research Methods in Sport Psychology*, 2011. 2013. 25 p. .

562 [Maceri et al. ()] 'Exercise Addiction in Long Distance Runners'. R M Maceri , N P Cherup , J Buckworth , N J Hanson . *International Journal of Mental Health and Addiction* 2019. p. .

9 EL DEPORTE HA INTERIORIZADO UNA NUEVA VARIANTE MASIVA:

- 588 [Penedo and Dahn ()] 'Exercise and well-being: a review of mental and physical health benefits associated with
589 physical activity'. F J Penedo , J R Dahn . *Current opinion in psychiatry* 2005. 18 (2) p. .
- 590 [Antunes et al. ()] 'Exercise deprivation increases negative mood in exercise-addicted subjects and modifies their
591 biochemical markers'. H K M Antunes , G S F Leite , K S Lee , A T Barreto , R V T Santos , De Sa? , H
592 Souza , M T De Mello . *Physiology & behavior* 2016. 156 p. .
- 593 [Mahan et al. ()] 'Exploring the impact of social networking sites on running involvement, running behavior, and
594 social life satisfaction'. Iii Mahan , J E Seo , W J Jordan , J S Funk , D . *Sport Management Review* 2015. 18
595 (2) p. .
- 596 [Encel et al. (2017)] 'Facebook use and its relationship with sport anxiety'. Kim ; Encel , Christopher ; Mesagno
597 , Brown . 10.1080/02640414.2016.1186817. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27214782/> *J Sports
598 Sci* 2017. 2017 Apr. 35 (8) p. . (Consulta el 7 de octubre de 2022)
- 599 [Echeburuá ()] 'Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales
600 en jóvenes y adolescentes'. E Echeburuá . https://www.aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf *Comunicaciones breves* 2012. 37 (4) p. .
- 602 [Gabbiadini and Greitemeyer ()] 'Fitness mobile apps positively affect attitudes, perceived behavioural control
603 and physical activities'. A Gabbiadini , T Greitemeyer . 10.23736/S0022-4707.18.08260-9. *Journal of Sports
604 Medicine and Physical Fitness* 2018. 4 p. .
- 605 [Díaz et al. ()] 'Impacto de las apps móviles en la actividad física: un meta-análisis'. Aznar Díaz , María
606 Inmaculada; Cáceres Reche , Pilar; Trujillo , Juan Torres , José Manuel; Romero Rodríguez , María . *Retos*
607 Edición impresa: 1579-1726. 2019. 36 p. . Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación
608 Física
- 609 [Althoff et al. ()] 'Influence of Poke?on Go on Physical Activity: Study and Implications'. T Althoff , R White ,
610 E Horvitz . 10.2196/jmir.6759. *Journal of Medical Internet Research* 2016. 18 (12) p. .
- 611 [Ditrendia ()] *Informe Mobile en España y en Mundo, ?* Ditrendia . <https://ditrendia.es/informe-mobile-2020/> 2020.
- 613 [Eldiario and Es] *Instagram admite en privado que daña la autoestima corporal de una de
614 cada tres adolescentes, ?* Eldiario , Es . https://www.eldiario.es/tecnologia/facebook-instagram-afecta-salud-mental-adolescentes-minimiza-publico_1_8302276.html Consultado el 1 de octubre de 2022 (Se consultó la información en eldiario)
- 617 [Tsitsika et al. ()] *Investigación sobre conductas adictivas a internet entre los adolescentes Europeos. Funded by
618 the European Union*, A Tsitsika , M Janikian , E Tzavela . <http://www.injuve.es/sites/default/files/2013/03/publicaciones/FinalResearchInternet-ES.pdf> 2013. (Recuperado de)
- 620 [Garce? and Ramos ()] *Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La mancha. Castilla: Consejo de la Ju-
621 ventud de Castilla-La Mancha, J Garce? , M Ramos . <http://www.portaljovenclm.com/documentos/noticias/3069/JovenesConsumidoresRedesSocialesenCLM.pdf>* 2010. (Recuperado de)
- 623 [Conde and Tercedor ()] *La actividad física, la educación física y la condición física pueden estar relacionadas
624 con el rendimiento académico y cognitivo en jóvenes. Revisión sistemática. Archivos de medicina del deporte,
625 M Conde , P Tercedor . 2015. 32 p. .*
- 626 [Feijóo et al. ()] *La adicción a correr y su relación con el uso de redes sociales*, Pérez Feijóo , María De La Paz;
627 Y Pedrón , Valeria Teresa . 2020. *Revista de Psicología y Psicopedagogía* V
- 628 [Herrera et al. ()] 'La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, depresión y la falta de habilidades
629 sociales'. M Herrera , M Pacheco , J Palomar , D Zavala . <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf> *Psicología Iberoamericana* 2010. 18 (1) p. . (Recuperado de)
- 631 [Garton and Hijo? ()] 'La mujer deportista en las redes sociales: Un análisis de los consumos deportivos y sus
632 producciones estéticas'. G N Garton , M N Hijo? . *Hipertextos* 2017. 8 (5) .
- 633 [Guillen et al. ()] 'Las herramientas tecnológicas TIC ? como elemento alternativo para el desarrollo del
634 componente físico'. L Guillen , A P Herrera , Y Y Ale . *Retos* 2018. 34 p. .
- 635 [El Mundo] *Los adictos al móvil no paran de crecer pese al aumento en el precio de las tarifas*, El Mundo . <https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/07/14/5b48adfa268e3e43778b45a8.html> Consultado el 14 de julio de 2018 (Consultado el 1 de octubre de 2022)
- 638 [Media and Ciclosfera ()] 'Marcas como Nike convirtieron el deporte en algo aspiracional'. ? Media , Ciclosfera . [https://ciclosfera.com/a/gareth-Entrevista-a-Gareth-\(Nettleton-de-Strava\)-2016](https://ciclosfera.com/a/gareth-Entrevista-a-Gareth-(Nettleton-de-Strava)-2016) (nettleton-de-Strava Publicada el 30 de octubre de. Consultada el 13 de octubre de 2022)
- 641 [Hikosaka et al. ()] 'New insights on the subcortical representation of reward'. O Hikosaka , E Bromberg-Martin
642 , S Hong , M Matsumoto . *Current opinion in neurobiology* 2008. 18 (2) p. .

- 643 [El País et al.] *nos-dijeron-que-la-tecnología-necesaria-para-cr* <ear-strava-nunca-iba-a-existir.html> Publicado
 644 el 31 de enero de 2022. Consultado el 25 de septiembre de 2022. o *FOMO: El miedo a perderse*
 645 *algo (Fear of Missing Out, ?* El País , Michael Entrevista , Horvath . <https://blogs.elpais.com/consumidos/2012/03/fomo-el-miedo-a-perderse-algo-fear-of-missing-out.html>
 646 Publicado el 20 de marzo de 2012. Consultado el 15 de julio de 2022 (Nos dijeron que la tecnología
 647 necesaria para crear Strava nunca iba a existir)
- 649 [Meshi et al. ()] 'Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others
 650 predicts social media use'. D Meshi , C Morawetz , H R Heekeren . *Frontiers in human neuroscience* 2013. 7
 651 p. 439.
- 652 [Lollgen et al. ()] 'Physical activity and all-cause mortality: an updated meta-analysis with different intensity
 653 categories'. H Lollgen , A Bockenhoff , G Knapp . *International journal of sports medicine* 2009. 30 (03) p. .
- 654 [Albuquerque and ; Y Souza Fonseca ()] 'Playing videogames or using social media applications on smartphones
 655 causes mental fatigue and impairs decision-making performance in amateur boxers'. Maicon R Albuquerque
 656 , Fabiano ; Y Souza Fonseca . 10.1080/23279095.2021.1927036. *Applied Neuropsychology: Adult* 2021.
- 657 [Redes sociales y la adicción al like de la generación z Revista de Comunicación y Salud] 'Redes sociales y la
 658 adicción al like de la generación z'. 10.35669/rcys.2021.11.e281. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281> *Revista de Comunicación y Salud* 11 p. .
- 660 [Huaytalla et al. ()] 'Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria'.
 661 Challco Huaytalla , Katherine; Rodríguez Vega , Sheila; , Jaimes Soncco , Jania . *Revista Científica de*
 662 *Ciencias de la Salud* 2306-0603. 2016. 9 p. 1.
- 663 [Huaytalla ()] 'Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria'.
 664 Challco Huaytalla , Katherine . https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/236/236 *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, E P De Psicología (ed.) 2016. 9.
- 666 [Lee et al. ()] 'Running as a key lifestyle medicine for longevity'. D C Lee , A G Brellenthin , P D Thompson ,
 667 X Sui , I M Lee , C J Lavie . *Progress in cardiovascular diseases* 2017. 60 (1) p. .
- 668 [Glynn et al. ()] 'SMART MOVE -a smartphonebased intervention to promote physical activity in primary care:
 669 study protocol for a randomized controlled trial'. L Glynn , P Hayes , M Casey , F Glynn , A Alvarez-Iglesias
 670 , J Newell , G O?aighin , D Heaney , A Murphy . DOI: 10.1186/ 1745-6215-14-157. *Trials* 2013. 14 (157) p. .
- 671 [Cuesta et al. ()] 'Smartphone: en comunicación, algo más que una adicción'. U Cuesta , V Cuesta , L Martínez , J
 672 I Niño . <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/15/10>
 673 *Revista Latina de Comunicación Social* 2020. 75 p. .
- 674 [Gil et al. ()] 'Social reward: interactions with social status, social communication, aggression, and associated
 675 neural activation in the ventral tegmental area'. M Gil , N T Nguyen , M McDonald , H E Albers . *European*
 676 *journal of neuroscience* 2013. 38 (2) p. .
- 677 [Strava] *Strava's Year In Sport 2021 charts trajectory of ongoing sports boom, ?* Strava . <https://blog.strava.com/press/yis2021/> (Publicado el 7 de diciembre de 2021. Consultado digitalmente el 29 de
 678 septiembre de 2022)
- 680 [Fiorese et al. ()] 'The effect of smartphones and playing video games on decision-making in soccer players: A
 681 crossover and randomised study'. Lenamar ; Fiorese , Nascimento-Júnior , R A José , Arnaldo L Mortatti ,
 682 Maria E C ; Y Ferreira . 10.1080/02640414.2020.1715181. *Journal of Sports Sciences* 2020. 38 (5) p. .
- 683 [Sherman et al. ()] 'The power of the like in adolescence: effects of peer influence on neural and behavioral
 684 responses to social media'. L E Sherman , A A Payton , L M Hernández , P M Greenfield , M Dapretto .
 685 *Psychological science* 2016. 27 (7) p. .
- 686 [Haber and Knutson ()] 'The reward circuit: linking primate anatomy and human imaging'. S N Haber , B
 687 Knutson . *Neuropsychopharmacology* 2010. 35 (1) p. .
- 688 [Data] 'The State of Mobile in 2022: How to Succeed in a' ? Data . *Mobile-First World As Consumers Spend* 3
 689 (8) .
- 690 [Sancho ()] *Validación al español de las escalas motivaciones de los maratonianos (MOMS), compromiso a*
 691 *correr (CR) y adicción a correr (RAS). Variables predictoras de la "sueradherencia" y las motivaciones de*
 692 *los maratonianos*, Zarauz Sancho , A . <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/24937> 2011.
 693 (Proyecto de investigación)