

# PATRY JORDAN Y LA GENERACION DE CONTENIDO EXITOSO EN INSTAGRAM

PIQUARD, NURIA ESTEFANÍA  
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD  
PIQUARDNURIA@GMAIL.COM

UNIVERSIDAD  
**SIGLO 21**  
OPEN LAB 2025

## Tema-Pregunta

En marzo de 2020, el aislamiento social preventivo obligatorio generó un contexto en el que millones de personas quedaron en sus casas buscando nuevas formas de mantener rutinas saludables. Este escenario fue aprovechado por influencers fitness como Patry Jordán, que a través de su cuenta Gymvirtual logró motivar a su comunidad con rutinas simples y mensajes positivos, alcanzando altos niveles de interacción y viralización.

## Objetivo/s

Analizar cómo la influencer, utiliza los recursos que ofrece la plataforma Instagram para construir contenido exitoso. Se busca detectar los elementos que favorecen su viralización y observar cómo integra marcas dentro de sus publicaciones sin romper la lógica del perfil ni el vínculo con su comunidad.



Categoría de análisis	Unidades de análisis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Balance de contenido	Elementos promocionales presentes (productos o servicios de la marca)												
	Elementos no promocionales												
Temática de publicaciones													
Contenido generado	Formato (imágenes, videos, textos)												
	Estilo y Tono												
	Hashtags utilizados (propios, tendencia, cantidad)												
	Menciones												
Características del contenido	Situación inusual												
	Accesibilidad												
	Comunidad												
	Contexto												
Indicadores de elementos que favorecen la difusión del contenido por parte de los usuarios	Aspecto integrador												
	Aspecto identificador												
	Aspecto emocional												

## Discusión

El contenido viral en Instagram no surge de manera espontánea, sino que responde a una construcción planificada. La combinación de un tono emocional, la continua interacción con la comunidad y la inclusión estratégica de marcas permite generar publicaciones exitosas, capaces de circular ampliamente y consolidar una comunidad activa.

## Principales resultados

Uso estratégico de los recursos de la plataforma Instagram. Destacan tres tipos de temáticas bien marcadas: rutinas de entrenamiento, posteo con reflexiones personales y retos virales. El tono es informal, motivador y cercano, dirigido principalmente a un público femenino. Uso frecuente de hashtags propios, y de tendencia; también utiliza algunas menciones. El contenido de marcas integra a través de publicidad no tradicional (PNT), product placement y patrocinio, incorporados de forma natural y sin romper la estética. La combinación de emoción, pertenencia y participación activa favoreció su viralización.