

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **“Luchamaniacs: Creación de contenido para una comunidad de lucha libre en crecimiento”**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Mario Alfredo Luis Acha Suárez.**

**Código: 20121436**

**Andry Cristhian Espinoza Torres**

**Código: 20121726**

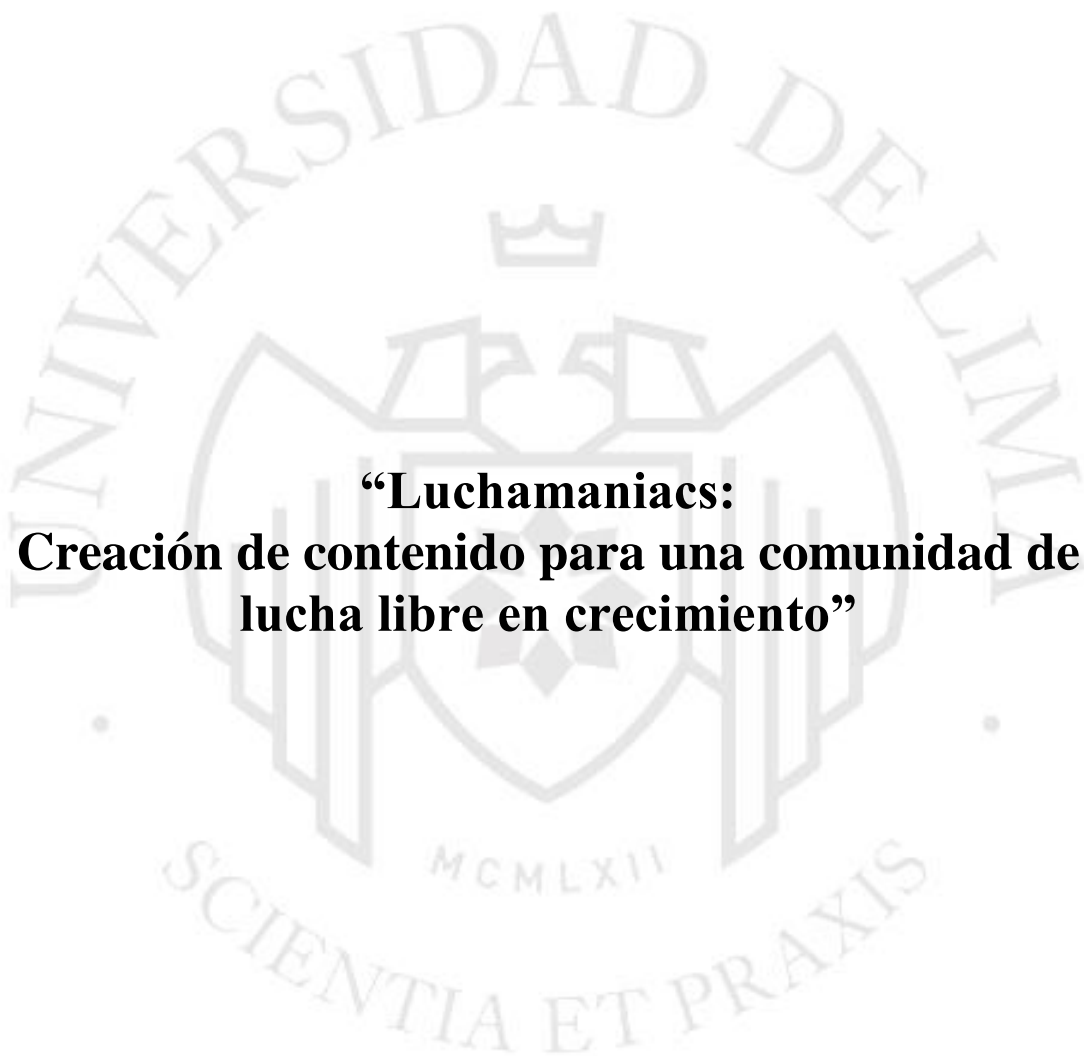
**Asesor**

Alberto Matsuura

Lima – Perú

[1 de septiembre del 2019]





**“Luchamaniacs:  
Creación de contenido para una comunidad de  
lucha libre en crecimiento”**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO</b>	
1.1 Origen .....	10
1.3. Referentes .....	10
1.3.1. Perú Wrestling.....	10
1.3.4. Los Lucha Jobbers.....	12
1.3.5. Suplex.....	13
1.4. Objetivos.....	15
1.5. Público objetivo.....	16
<b>2. REALIZACIÓN Y SUSTENTACIÓN</b>	
2.1. Cargos y funciones.....	16
2.2. Identidad gráfica.....	17
2.3. Slogan.....	17
2.4. Tipos de contenido.....	18
2.4.1. Coberturas.....	18
2.4.2. Cobertura especial (WWE en Lima).....	20
2.4.3. Noticias.....	21
2.4.4. Publicaciones especiales (efemérides y cumpleaños).....	23
2.4.5. En la mente del fan: encuestas y opiniones.....	24
2.4.6. Memes.....	26
2.4.7. Videos semanales.....	26
2.4.8. Podcast.....	27
2.5. Estrategias de promoción.....	29
2.5.1. Alianzas.....	29
2.5.2. Publicidad pagada.....	30
2.5.3. Difusión en grupos.....	31
<b>3. LOGROS Y RESULTADOS</b>	
3.1. Información general.....	31

3.2. Seguidores.....	32
3.3. Alcance.....	35
3.4. Visitas a la página.....	37
3.5. Reproducciones de videos.....	39
3.5. Resumen general.....	40
3.6. Conclusiones finales.....	43
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS</b>	
4.1. Fuentes y rumores.....	47
4.3. Sensacionalismo.....	47
4.4. Equilibrio e identidad.....	47
4.5. Cubriendo todos los puntos posibles.....	48
4.6. Conectividad (miembros y usuarios).....	48
4.7. Eficiencia.....	49
4.8. Eligiendo a los miembros.....	49
4.9. Otras plataformas.....	50
4.10. Conociendo a nuestro público.....	50
<b>REFERENCIAS</b> .....	52
<b>ANEXOS</b> .....	53

## **RESUMEN EN ESPAÑOL**

Luchamaniacs es una fanpage de Facebook que nació con la idea de acercarse a la comunidad de seguidores de la lucha libre de habla hispana con el objetivo de generar interacción y de hacernos conocidos en la plataforma. En este informe relataremos cuál ha sido el proceso que nos llevó a los 10,000 seguidores, los diversos contenidos que se han probado y los resultados que estos nos han dado. Asimismo, apuntaremos el crecimiento de nuestra propia comunidad con una comparativa acerca de nuestra evolución como página desde el año pasado hasta la actualidad.

**Palabras clave: cobertura, noticias, fanpage, contenido, alcance, podcasts**

## **RESUMEN EN INGLÉS**

Luchamaniacs is a Facebook fanpage that was born with the idea of approaching the Spanish-speaking wrestling community with the aim of generating interaction and making ourselves known on the platform. The purpose of this report is to point what has been the process that led us to reach 10,000 followers, the content that we have been tested and the results they have given us. Furthermore, we will point out the growth of our own community with a comparison about our evolution as a page from last year to the present.

**Keywords: coverage, news, fanpage, content, reach, podcasts**

# INTRODUCCIÓN

La lucha libre es un espectáculo de entretenimiento que se puede ver y disfrutar a través de la televisión y los medios digitales. Nuestro interés por esta disciplina viene de la ejecución de los elementos, tanto artísticos como deportivos, que esta emplea para atraer a su audiencia.

Desde su origen como deporte olímpico, la función de esta disciplina evolucionó a la de convertirse en un espectáculo que emula la realidad. Durante el siglo XVIII, esta podía verse en ferias y circos europeos bajo el nombre de “catch-as-catch-can”.<sup>1</sup> Dos atletas se enfrentaban mutuamente, los presentes hacían sus apuestas y se formulaba un ganador tras bambalinas (Greenberg, 2000). Sin embargo, a medida que se iba desarrollando, surgieron las figuras del héroe y del villano, las cuales terminarían siendo piezas fundamentales para el atractivo más importante de la lucha libre: la creación de narrativas y rivalidades<sup>2</sup>.

Para mediados del siglo XX, la lucha libre ya iba ganando terreno en varias partes del mundo como un espectáculo que atrae a las masas. En 1933, se creó el Consejo Mundial de Lucha Libre (CMLL) en México, el cual popularizó las rivalidades y los encuentros “Máscara vs. Cabellera” y estableció como figuras e ídolos nacionales a luchadores como El Santo, Blue Demon, Perro Aguayo, Mil Máscaras, etc. Asimismo, la evolución del negocio y su popularidad a nivel global alcanzó límites inimaginables gracias a la creación en 1952 de la empresa de lucha libre y entretenimiento deportivo más importante a nivel global e histórico, la World Wrestling Entertainment (WWE).

---

<sup>1</sup> Del español “atrápalo como puedas”, se define al “catch-as-catch-can” como una de las primeras técnicas de la lucha libre en su historia. Se prohibía estrangular, patear y golpear con el puño cerrado y el objetivo era sujetar al oponente en una posición en la que ambos hombros toquen el suelo al mismo tiempo. (Encyclopedia Britannica, 2019)

<sup>2</sup> Roland Barthes (1957), en su ensayo *Mythologies*, quién menciona que, si bien la lucha libre exige que sus luchadores tengan las habilidades, el cuerpo y la destreza a un nivel atlético, estos también deben tener la capacidad de convertirse en oradores y crear una historia sobre el cuadrilátero.

Esta compañía cambiaría el panorama gracias a la creación de su primer gran evento *WrestleMania*, realizado en el Madison Square Garden de New York el 31 de marzo de 1985, que fusionó a la lucha libre con la cultura popular de ese entonces, invitando a estrellas de la talla de Cindy Lauper, el ícono del baseball, Billy Martin, la estrella de cine, Mr. T, y la leyenda del boxeo y del deporte, Muhammad Ali (Mooneyham, 2002). La empresa también fue la responsable de llevar al estrellato a figuras como Hulk Hogan, Dwayne “The Rock” Johnson y John Cena<sup>3</sup>.

En el Perú, la lucha libre estuvo presente en los años 70s a través del programa de televisión “Los Colosos del Catch” en el que las personas iban a ver los espectáculos en vivo en el Coliseo Amauta. Sin embargo, el show y la disciplina en nuestro país desaparecieron hasta comienzos de los años 90, cuando un canal local de televisión comenzó a transmitir los shows semanales de la ahora extinta World Championship Wrestling (WCW) y, posteriormente, la retransmisión de los programas de la WWE, la cual había estado por poco tiempo en señal abierta durante los años 80. Hasta ese entonces, los peruanos veíamos lucha libre mediante VHS traídos del extranjero y en pequeños recintos a través de proyecciones. A medida que pasaron los años y gracias a los medios digitales, su consumo se ha ido masificando y se retomó el interés hacia la disciplina nuevamente.

Así como existe la WWE, la industria de la lucha libre también ha sido testigo del nacimiento de varias compañías que se presentan como alternativas a lo que ofrece la mega corporación de entretenimiento deportivo: la AAA (Asistencia, Asesoría y Administración) de México, Ring of Honor (ROH), Impact Wrestling y la recientemente creada All Elite Wrestling (AEW) dentro de los Estados Unidos y New Japan Pro Wrestling (NJPW) de Japón. Sin embargo, ha sido el impacto de la WWE y su modelo

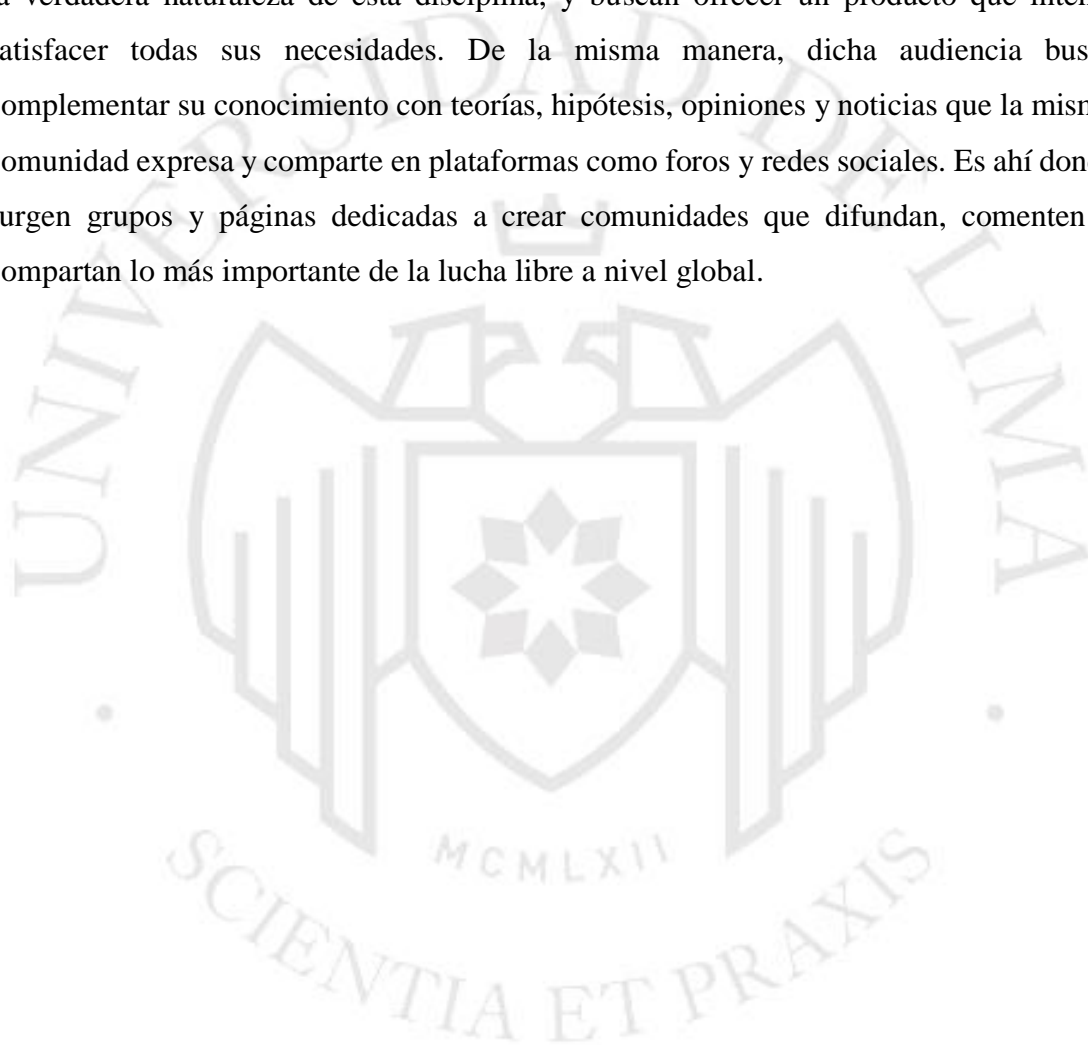
---

<sup>3</sup> Siendo la empresa más prestigiosa del mercado, la WWE actualmente cuenta con una cantidad de ingresos que bordean los 11 millones de dólares, la producción de más de 50 semanas de contenido anual y la llegada a más de 650 millones de hogares en todo el planeta y en 25 idiomas (Kataria, 2016). El evento *WrestleMania*, según un artículo de la revista Forbes (2016), se encuentra entre los 10 eventos deportivos más importantes detrás del Súper Tazón, las olimpiadas de verano e invierno y la copa mundial de la FIFA. Sus cuentas en redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram superan los 11 millones de seguidores, y las reproducciones de sus videos de Youtube han llegado en alcanzar más de 50 millones de visitas.



de negocio, a través de las historias, la calidad y el profesionalismo de sus luchadores, sus mega espectáculos y el carisma de sus superestrellas, lo que ha convertido a la lucha libre en lo que es hoy en día.

Si bien se puede pensar que la masificación de internet y los medios digitales podrían romper esa brecha que existe entre realidad y ficción, las compañías se encuentran adaptando a sus nuevas audiencias, quienes en su mayoría son conscientes del proceso y la verdadera naturaleza de esta disciplina, y buscan ofrecer un producto que intente satisfacer todas sus necesidades. De la misma manera, dicha audiencia busca complementar su conocimiento con teorías, hipótesis, opiniones y noticias que la misma comunidad expresa y comparte en plataformas como foros y redes sociales. Es ahí donde surgen grupos y páginas dedicadas a crear comunidades que difundan, comenten y compartan lo más importante de la lucha libre a nivel global.



# 1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO

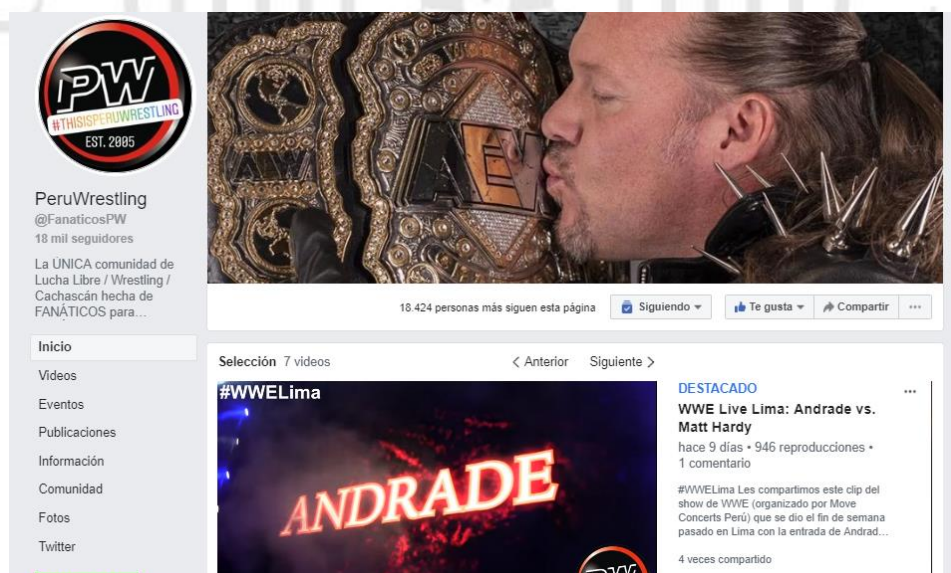
## 1.1. Origen

Luchamaniacs surgió como idea en el año 2014 luego del pequeño éxito que hemos tenido con el grupo “WWE Ulima”, comunidad de lucha libre que reunía a los seguidores y fanáticos de la Universidad de Lima. El fanpage oficial nació el 1 de noviembre del año 2015 y quisimos llevar nuestro proyecto a un público más global. Decidimos usar Facebook como plataforma principal debido a la enorme facilidad de alcance que la red social podía ofrecernos.

## 1.2. Referentes

Como referentes, hemos escogido tres de las extensas páginas que existen dentro de la comunidad de lucha libre de habla hispana en Facebook que se asemejan a nosotros en cuestiones de alcance, seguidores y de contenido:

### 1.2.1. PeruWrestling ([link](#))



PeruWrestling es una fanpage de Facebook peruana sobre lucha libre internacional y nacional. Nació en los años 2005 y 2006 como un foro de opinión en internet. En esta plataforma encontramos noticias, opiniones y coberturas, todas realizadas con toque de humor y referencias a los acontecimientos nacionales actuales. Si bien cubren muchos

eventos de distintas empresas, le dan un énfasis al producto propio; se realizan coberturas y notas de los shows peruanos e inclusive hacen transmisiones en vivo desde el lugar donde se da los eventos de dichas compañías.

- Público objetivo: Fanáticos de la lucha libre de 16 a 30 años.
- Justificación: Los comentarios y la interacción con el público peruano.
- Enfoque: Lucha Libre, humor e información.
- Número de Seguidores: 18,424<sup>4</sup>
- Creado el 27 de agosto del 2009.

Características formales:

- Logo simple y bien diseñado.
- Gama de colores (rojo, blanco y negro): estos colores son los más usados en la lucha libre, sobre todo en polos y mercancía.
- Contenido: variedad de noticias de las principales compañías de lucha libre del Perú y del extranjero.
- Interacción: los fanáticos comentan y reaccionan con cada publicación.

Fortalezas:

- Variedad: La variedad de contenido dentro de la fanpage no la hacen estática, pues hablan de varias empresas y distintos luchadores.
- Coberturas: La cobertura de eventos, incluido de las empresas de lucha libre peruana, es correcta y realizada a tiempo.
- Contenido: La amplia gama de noticias y publicaciones vuelen dinámica a la fanpage.

Debilidades:

- Comentarios: Algunos comentarios no son los adecuados o no incentivan a seguir con el tema a tratar.

---

<sup>4</sup> Los datos de los seguidores de todos los referentes han sido revisados y actualizados el 12 de agosto del año 2019. Para posteriores fechas, los números puede haber tanto incrementado como disminuido.

- Nivel de coberturas: Al haber demasiados eventos, se hace un poco complicado seguirlos todos al mismo tiempo. Incluso varias, incluyendo las nacionales, no reciben la atención deseada.

### 1.2.2. Los Lucha Jobbers ([link](#))



Esta fanpage mexicana resalta mucho debido a su humor y las discusiones que arman sobre los distintos temas relacionados a la lucha libre. Uno de sus puntos fuertes son los podcasts y transmisiones en vivo, donde varios fanáticos se conectan y los escuchan. Destacan mucho a sus exponentes locales e internacionales, además cubren distintos eventos de las empresas de lucha libre más importantes del mundo. Usan un blog para poder ampliar más ciertos temas u opiniones para así generar debate e interactuar con los usuarios.

- Público objetivo: fanáticos de la lucha libre de 15 a 40 años.
- Justificación: los comentarios y la interacción con el público mexicano y latinoamericano.
- Enfoque: Lucha Libre, información y debate
- Número de seguidores: 7,507
- Creada el 11 de Setiembre del 2017

Características formales:

- Portada: La presentación de la página es lo primero que capta la atención de los fanáticos, pues resaltan a un exponente de la lucha libre mexicana.
- Podcast: Permite generar saber cómo opinan las diversas voces de la fanpage, además de que genera interés dentro de los usuarios, creando más interacciones.
- Debate: Los distintos usuarios se expresan de distintas formas sobre las publicaciones de la página, lo que genera un ambiente muy activo.

#### Fortalezas:

- Podcast: Esta herramienta es muy útil debido a su alcance, lo cual permite generar más interacciones y comentarios de los fanáticos. Especialmente, cuando se muestra en una plataforma como Spotify.
- Interacción: Los usuarios y los encargados de la página saben cómo seguir con el debate y las pautas de los temas a tratar.
- Diversidad: No solo se concentran en las coberturas y noticias, agregan notas útiles para los fanáticos cuando viajan a ver ciertos eventos, avisan si hay alguna exposición de arte u obras de teatro relacionadas a la lucha libre.

#### Debilidades:

- Identidad visual: No poseen una identidad visual. Tanto su imagen de perfil como de portada son demasiado sencillas.
- Información: Sus noticias se centran más a la lucha libre Mexicana, lo que convierte a su comunidad en un grupo más cerrado.

#### 1.2.3. Suplex ([link](#))



Suplex es un podcast de lucha libre chileno que tiene una fanpage de Facebook en la cual se dedica a difundir de noticias, coberturas y venta de mercancía. Su principal punto fuerte son las transmisiones en vivo, donde, sobre todo, analizan los eventos de la WWE y lo mejor de la lucha chilena; en algunos casos, envían a un corresponsal para ciertos eventos especiales y hacen entrevistas a profesionales del medio y a las superestrellas más famosas del negocio en el extranjero.

- Público objetivo: fanáticos de la lucha libre de 15 a 35 años.
- Justificación: los comentarios y la interacción con el público chileno y latinoamericano.
- Enfoque: Lucha Libre, información y radio.
- Número de seguidores: 8414.
- Creada el 27 de Julio del 2011.

Características formales:

- Mercancía: No solo difunden noticias, también se dedican a vender polos y otro tipo de objetos relacionados a la lucha libre. Son prácticamente una marca dentro de la escena de la lucha libre chilena.
- Radio: Al estar presente en otros medios, como lo es la radio, tienen un mayor alcance con los fanáticos y pueden llegar a los casuales, para así crear una base mucho más sólida.



- Redes Sociales: No solo se enfocan en Facebook, pues prestan atención a otro tipo de plataformas como Instagram y Twitter, resaltando algunas publicaciones de varios luchadores.

#### Fortalezas:

- Difusión: Tener herramientas como la radio y los podcasts ayuda a llegar a otro tipo de audiencias, no solo a fanáticos, sino también a un público que recién empieza a conocer la lucha libre.
- Noticias: Informan de manera correcta y dejan que los usuarios aporten con sus comentarios y reacciones.
- Podcast: Muy útil, pues su difusión en una plataforma como Facebook permite una mejor interacción con los usuarios en tiempo real, donde crea un espacio para hablar sobre ciertos temas relacionados a la lucha libre.

#### Debilidades:

- Cantidad de Información: Si bien sus noticias están bien redactadas, son muy pocas y algunos datos generan dudas a sus seguidores. Le dan más prioridad a su podcast al querer informar y opinar sobre los últimos acontecimientos.

### **1.3. Objetivos**

Basándonos en el sistema de los objetivos SMART<sup>5</sup>, el 1ro de marzo del año 2019 cuando teníamos un aproximado de 6,000 seguidores nos pusimos como objetivo principal el llegar a los 9,000 para el día 31 de agosto de ese mismo año. Nuestros objetivos secundarios son determinar qué tipo de contenido ha funcionado para nosotros y también buscamos mantenernos dentro del top 10 de las páginas de lucha libre con más seguidores a nivel nacional.

### **1.4. Público objetivo**

---

<sup>5</sup> Un objetivo SMART es aquel que define las metas de un proyecto en base a sus 5 letras: S (específico), M (medible), A (alcanzable), R (realista) y T (definido en un plazo de tiempo determinado). La función del objetivo no es otra más que conseguir una total concentración de recursos, personal y tiempo en lo que realmente vale la pena. (Neoattack)

Inicialmente pensamos que nuestro público eran adolescentes jóvenes de entre 15 a 25 años que asistían a la universidad y veían lucha libre en sus ratos libres; sin embargo, de acuerdo a nuestras recientes métricas, datos demográficos y ciertos comportamientos que hemos identificado en nuestros seguidores, el público que más nos sigue son adolescentes y adultos jóvenes de entre 18 a 24 años, seguido por un sector que abarca entre los 25 y 34 años, donde destacan los hombres por encima de las mujeres (ver Anexo 1) y la gran mayoría de Latinoamérica. Para ahondar un poco más en las características del público que nos ha seguido, este se basa en dos estilos de vida propuestos por Arellano Marketing<sup>6</sup>: el formalista y el progresista. Jóvenes que trabajan y estudian constantemente, pero que al mismo tiempo se toman su descanso para ver televisión y, al mismo tiempo, buscan informarse de los últimos acontecimientos. Son más casuales de lo que aparentan y por eso quieren estar actualizados para tener más temas de conversación.

## **2. REALIZACIÓN Y SUSTENTACIÓN**

### **2.1. Cargos y funciones**

Cristhian Espinoza Torres (Crisho)<sup>7</sup> es quien toma responsabilidad de todas las coberturas semanales de los shows más importantes de la semana y de los eventos del mes. Mario Alfredo Acha (Malas94) es quien se dedica a la realización de los diseños, del contenido audiovisual y es tanto el principal estratega del desarrollo de nuestra red social como el encargado de publicar las noticias del día. Y, por último, nuestro compañero Luis Lau Bardi (Laus) es quien se encarga de la parte interactiva de la página como compartir memes, cumpleaños, efemérides, etc. Cabe destacar que los tres nos ayudamos y ponemos de nuestra parte en otras áreas, siempre y cuando sea necesario.

---

<sup>6</sup> Arellano Marketing es una empresa peruana que se dedica a la consultoría para el desarrollo de empresa e instituciones en mercados emergentes.

<sup>7</sup> Nosotros los administradores usamos lo que vendrían a ser los nombres de usuario con el propósito de presentarnos al público y, al mismo tiempo, proteger nuestras verdaderas identidades. En todas nuestras publicaciones cada administrador pone su nombre de usuario al final de su nota correspondiente para que los seguidores sepan quiénes se encuentran detrás de estas.



## 2.2. Identidad gráfica

La identidad gráfica de nuestra fanpage parte de la base de estos cinco colores:



*Generador de colores hecho en el sitio “Data Color Picker”.*

Luchamaniacs supone para nosotros un motor de fuerza, energía y alegría, puesto que la lucha libre en sí representa dichos valores. De acuerdo a los expuesto por Max Lüscher en su texto “Manual Oficial del Test de Lüscher”, hemos decidido escoger el amarillo, el naranja y el rojo como nuestros colores principales. Para nuestro logotipo, es que escogimos el elemento más emblemático de la lucha libre a nivel global: la máscara, junto a una enorme estrella color amarillo en la parte posterior, y lo acompañamos de unos rayos de matices rojos y amarillos que establecen una impresión de acercamiento y proximidad.



*Logotipo y foto de perfil actual de nuestra fanpage.*

## 2.3. Slogan

Como cualquier empresa o marca, Luchamaniacs también tiene un slogan que hace que nos diferencie de otras páginas y referencias. Nosotros escogimos la frase “**Aguante la lucha**” porque la palabra “Aguante” viene de “Fuerza” y “Resistencia”, es decir, “que siga la lucha” o “mucho fuerza la lucha”. Queremos dar la sensación a nuestros seguidores de que la lucha es algo fuerte y resistente, y que debe perdurar a lo largo de los años como un espectáculo más. Creemos que, mientras más corto el slogan, es mejor y más llamativo para nuestros seguidores.

En todas nuestras publicaciones ponemos el slogan en forma de hashtag,<sup>8</sup> con el fin de hacernos notar en las redes, hacer que los seguidores reconozcan el post como el nuestro y de poder posicionarnos.

## 2.4. Tipos de contenido

### 2.4.1. Coberturas

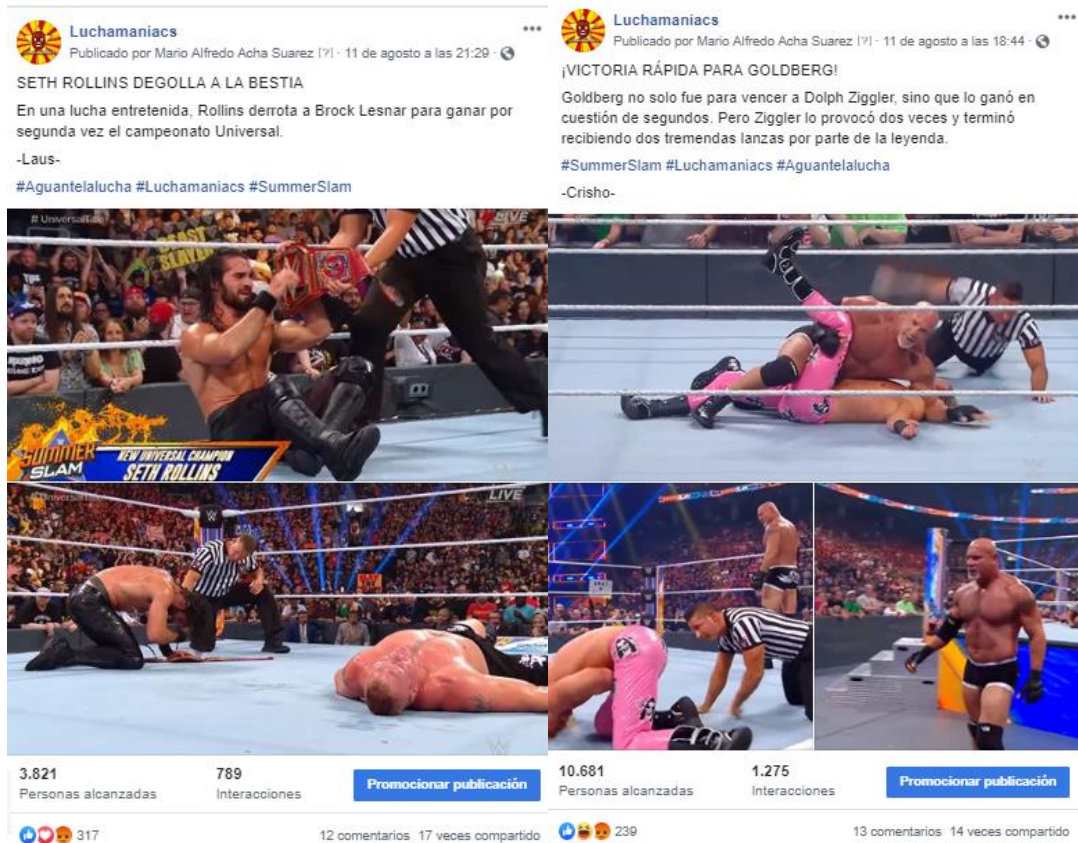
En el ámbito de los medios de comunicación, se llama **cobertura** al trabajo realizado por periodistas y operadores técnicos para informar sobre un determinado acontecimiento<sup>9</sup>. En nuestro caso, realizamos seguimiento a los eventos en vivo de la WWE (*WrestleMania*, *Royal Rumble*, etc.) y a sus principales shows semanales: *WWE RAW* y *WWE Smackdown Live*. Estos son realizados los días lunes, martes y domingo. De igual manera, también cubrimos otros shows de empresas como AAA, AEW, ROH y NJPW.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> El diccionario Oxford define la palabra “hashtag” como “frase precedida por un símbolo de numeral (#), utilizado en las redes sociales y en las aplicaciones para identificar mensajes sobre un tema específico”. El usuario debe poner en el buscador el hashtag correspondiente para encontrar publicaciones afines a lo que espera encontrar.

<sup>9</sup> Sacado de “Definición de Cobertura” del sitio “Definición.de”: <https://definicion.de/cobertura/>

<sup>10</sup> Las capturas de imágenes para los shows en vivo de la WWE se sacan desde la plataforma principal de su servicio por streaming: “WWE Network”, la cual para el año 2017 ya contaba más de 1,3 millones de suscriptores afiliados y que nosotros pagamos mensualmente. Otros eventos se sacan de portales como Twitch y Fite.tv de manera oficial. Asimismo, uno de nuestros principios como página es el de no transmitir eventos en vivo porque entramos de plano en el campo de la ilegalidad, a menos que las mismas compañías lo permitan.



*Imágenes de la cobertura realizada al evento WWE Summerslam del día domingo 11 de agosto del año 2019.*

La estructura de nuestra cobertura (y de todas nuestras publicaciones, en general) siempre va acompañada primero de un titular, el cual es usado para poder llamar la atención del seguidor. Luego se pone un breve campo de texto que resume lo que acaba de suceder, para después cerrar con los hashtags correspondientes y el nombre de usuario de quien hizo la publicación. Las notas siempre van acompañadas de un máximo de tres imágenes para no sobrecargar y ser los más breves y concisos posibles (ver anexo 2).

Las publicaciones de las coberturas deben hacerse en el acto y hacerlas requiere de mucha concentración por parte de nosotros, los administradores. Si se hacen uno o varios minutos después, las publicaciones podrían perder efectividad y no tendríamos el alcance deseado. Los eventos de grandes compañías como la WWE siempre tendrán mayor alcance que de otras más pequeñas. Asimismo, sus eventos especiales también tendrán mejor recibimiento que los programas semanales.

**Luchamaniacs**  
 Publicado por Mario Alfredo Acha Suarez (?) · 29 de julio a las 18:30 · 🌐

Esta noche en RAW tendremos los siguientes combates:

- Seth Rollins se enfrentará cara a cara contra Dolph Ziggler.
- The Revival defenderá los campeonatos en pareja ante los Usos y The Club en una triple amenaza.
- Ricochet, Andrade, Cesaro, Rey Mysterio y Sami Zayn se enfrentarán en un Gauntlet match para definir al retador número uno por el campeonato de los Estados Unidos en SummerSlam. ... Ver más



Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
 Promociona esta publicación por S/20 para llegar a 8.500 personas.

330	29	Promocionar publicación
Personas alcanzadas	Interacciones	

👤 Pablo Cesar Izeppi Diaz, Jhairo Arista Ponte y 14 personas más

*Publicación realizada treinta minutos antes de la edición semanal de WWE RAW el 29 de julio del 2019.*

Como complemento a nuestras coberturas, una o media hora antes de un show hacemos una pequeña previa para avisar a nuestros seguidores que el programa está a punto de comenzar, junto a un breve resumen de lo que podría ocurrir y preguntar qué es lo que esperan ver. Consideramos que este contenido es el que mejor funciona con el público por los datos que detallaremos más adelante.

#### **2.4.2. Cobertura especial (WWE en Lima)**

Como mención aparte, no podemos dejar de mencionar nuestra cobertura especial que le hicimos al evento “WWE en Lima” el día sábado 24 de agosto. Durante ese día, con la autorización de la WWE y la organización de la empresa Cuadrante<sup>11</sup> en México, el equipo de Luchamaniacs asistió a su primer evento importante como prensa y estuvo en primera fila para tomar fotografías y grabar en video la presencia de las superestrellas de la WWE en nuestra ciudad (ver anexo 3).

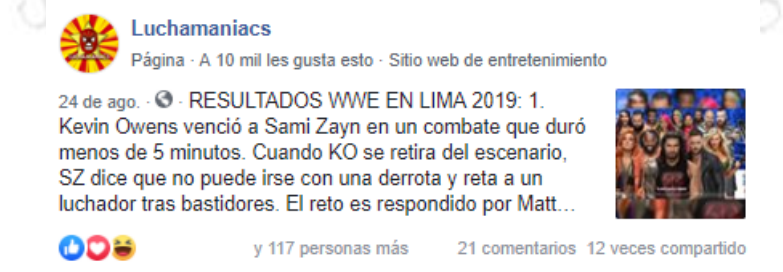
<sup>11</sup> Cuadrante es una agencia mexicana de comunicación independiente y relaciones públicas que se encarga de acercar a las grandes organizaciones y marcas a sus audiencias a través de las plataformas sociales. Entre sus clientes se destacan la WWE, Mattel, Telcel, MetLife, etc.





WWE en Lima. Fotos tomadas por Mario Alfredo Luis Acha Suárez para Luchamaniacs.

Para este caso se decidió por no hacer una cobertura en vivo del show en la página porque los resultados fueron exactamente los mismos que los del espectáculo realizado en Bogotá, Colombia un día antes. En lugar de eso, decidimos hacer pruebas con la plataforma Instagram para ir planeando una transición a dicho portal en el futuro. Los resultados del show fueron posteados directamente al término de la presentación, se hizo una transmisión en vivo en la *fanpage* ni bien concluyó para hablar con los seguidores acerca de lo vivido y se posteo un video resumen de la primera hora (ver anexo 4).



Publicación realizada en la *fanpage* con los resultados del evento “WWE en Lima” y con detalles de lo ocurrido durante la velada.

### 2.4.3. Noticias

El segundo contenido de nuestra página son las noticias. Para diferenciarnos de nuestros competidores, tratamos de enfocarnos en lo que para nosotros es lo más importante:

cambios titulares, lesiones, fallecimientos, actualización de carteleras, declaraciones de luchadores, despidos y suspensiones, contrataciones y resultados de programas secundarios. Buscamos también que los rumores sean de fuentes confiables y deben ser lo más convincente y realistas posibles.

**Luchamaniacs**  
Publicado por Mario Alfredo Acha Suarez [?] · 5 de agosto a las 16:44 ·

**2K PRESENTA PORTADA DEL NUEVO WWE2K20**

Esta mañana, 2k ha presentado en sus redes sociales lo que sería la portada del nuevo WWE2k20, el cual será lanzado para PlayStation4, Xbox One y PC este martes 22 de octubre.


Les compartimos las siguientes declaraciones de los luchadores al respecto:

Becky Lynch: "Mi carrera se ha centrado en romper barreras y hacer lo nunca visto. Y ser la primera Superstar femenina de la WWE en la portada de un videojuego de la saga WWE 2K no es una excepción".

Roman Reigns: "Como jugador, estar en la portada de WWE 2K20 junto a 'The Man' Becky Lynch y unirme a luchadores como Dwayne 'The Rock' Johnson y John Cena significa mucho para mí tanto a nivel personal como profesional".

¿Qué les parece, Luchamaniacs? ¿Les gusta?  
-Malas94-

#2k #WWE2k20 #Luchamaniacs #Aguantelalucha



1.464 Personas alcanzadas 142 Interacciones [Promocionar publicación](#)

63 comentarios 1 vez compartido

**Luchamaniacs**  
Publicado por Mario Alfredo Acha Suarez [?] · 30 de julio a las 16:22 ·

**RHINO FIRMA UN CONTRATO MULTIANUAL CON IMPACT WRESTLING**


Aunque ya había aparecido en el último episodio semanal, el ex campeón mundial de la ECW Rhino confirmó que ha firmado un contrato multianual con Impact Wrestling.

Así lo afirmó en una entrevista con Sporting News. "He firmado un contrato multianual con Impact Wrestling. Significa mucho por varias cosas diferentes. Uno de ellos es solo por el simple hecho de que es una empresa que va por el camino correcto. Se han estado moviendo en una dirección en la que los fans de la lucha libre les gusta".

Así mismo, el luchador confesó que su aparición como "enmascarado" en Slammiversary la realizó estando todavía bajo contrato con la WWE y que le ofrecieron una renovación de contrato.

"Debo decir que en ese momento estaba todavía bajo contrato sin importar para quien trabajase... Es cierto. Hablé con Vince McMahon y me ofreció mucho más dinero de lo que había ganado en toda mi vida. Pero a mí me gusta estar en la carretera y luchar para cualquiera ya sea WWE, AEW o Impact".

¿Cómo le irá en esta nueva etapa?  
#ImpactWrestling #Aguantelalucha #Luchamaniacs  
-Laus-  
Fuente: Solowrestling



Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por \$/20 para llegar a 8.500 personas.

961 Personas alcanzadas 102 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Lorres Toreto, Pablo Cesar Izeppi Diaz y 43 personas más 1 comentario

*Noticias publicadas y realizadas los días 30 de julio y 5 de agosto del año 2019 respectivamente.*

El formato de las noticias es bastante similar al de las coberturas (ver anexo 5): se pone un titular en mayúsculas y el cuerpo del texto debe ser lo suficientemente resumido y creativo para dar una lectura ligera al seguidor. Las noticias siempre deben citar la fuente (ya sea de forma directa en la parte posterior de la nota o dentro del cuerpo de texto) y tener los hashtags correspondientes. De igual modo, siempre es bueno formular una

pequeña pregunta para que los usuarios respondan a la noticia y se cree una interacción. El alcance de las noticias depende generalmente del luchador y la empresa en relación; corporaciones grandes y luchadores populares siempre tendrán mayor recibimiento.

#### 2.4.4. Publicaciones especiales (efemérides y cumpleaños)



Imágenes de efemérides hechas y publicadas el 17 de julio y el 9 de agosto del 2019. Aquí se puede notar el empleo de nuestra identidad gráfica para diferenciarnos de otras páginas.

Recordar eventos del pasado puede ser agradable para nuestros seguidores, puesto que, actualmente, los medios de comunicación se encuentran siguiendo una tendencia en acudir a la nostalgia para llevar alegrías a los usuarios. Esto se complementa con lo que señala Villaseñor (2018), quien menciona que vivir momentos del pasado a través de medios digitales como un viaje en el tiempo que les permite sumergirse en algo más grande que ellos.





*Imagen de cumpleaños realizado y publicado el 14 de agosto del año 2019.*

Sobre los cumpleaños, a muchos fanáticos les interesa saber cuál es la edad de sus ídolos. Asimismo, aprovechamos para publicar una breve descripción del mismo para que los puedan conocer aún más.

Para organizar las fechas de los cumpleaños y las efemérides, hacemos un archivo en Microsoft Excel (ver anexos 6 y 7) y hacemos todos los diseños el último día del mes para programarlos en la fanpage y que se publiquen automáticamente. Al igual que las noticias, el alcance depende de la superestrella y el suceso en cuestión.

#### **2.4.5. En la mente del fan: encuestas y opiniones**

Mientras que las coberturas y las noticias tienen el enfoque de informar, publicaciones como las opiniones y las encuestas están hechas específicamente para crear una interacción directa con nuestros seguidores.

Las encuestas, por un lado, están hechas para conocer la opinión del usuario de la manera más breve posible. Mientras que en las opiniones se busca una respuesta más compleja e informada por parte del mismo.





Luchamaniacs creó una encuesta.

Publicado por Mario Alfredo Acha Suarez [?] · 1 de junio ·

Luego de dos semanas llenas de sorpresas, emociones y lucha libre, Luchamaniacs, esta pregunta puede hacer pensar a varios de ustedes 😊

¿#DoubleOrNothing o #NXTTakeOver25?

¡La encuesta cierra mañana a esta misma hora! 🙌

#Luchamaniacs #Aguantelalucha



AEW Double Or Nothing

NXT TakeOver XXV

Esta encuesta finalizó.

170 votos

*Encuesta realizada el 1 de junio del año 2019: "¿Cuál show fue mejor?"*



Luchamaniacs

7 de junio a las 20:30 ·

[OPINIÓN] Ya es suficiente. Lo visto hoy en Arabia refleja, a mi parecer, la pobre y verdaderamente penosa situación, la cual se encuentra actualmente tanto la compañía de Vince McMahon como uno de sus más grandes exponentes de todos los tiempos. ... [Ver más](#)



161

27 comentarios 11 veces compartido

*Publicación hecha el día 7 de junio del año 2019.*

Me duele ver como ambos luchadores fácilmente pudieron haber muerto con los botches que se mandaron los dos, ambos con una horrible lesión al cuello, pero afortunadamente no pasó, ambos ya no pueden seguir luchando aunque queramos, ambos ya lo dieron t... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · Mensaje · 9 sem

3

Totalmente de acuerdo! He sido fan de Undertaker por 15 largos años y me duele ver como no les importa su actual condición con tal de salvar la empresa, WWE ya no es lo que solía ser... Me duele en el alma ver en lo que se ha convertido mi mejor recuerdo de la infancia ❤️

Me gusta · Responder · Mensaje · 9 sem

4



Luchamaniacs

En efecto, muchas

gracias por tu opinión 🙌

-Admin: Malas94-

1

Me gusta · Responder · Comentado por Mario Alfredo Acha Suarez [?] · 9 sem · Editado

Es el primer y único post en el que he visto seriedad ante la situación de ambos luchadores. Y me agrada tu opinión porque es similar a la que tenía y tengo sobre los luchadores veteranos. Y no se trata de "Taker quiere pelear", es obvio que él lo quiere... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · Mensaje · 9 sem · Editado

1

*Comentarios de la publicación hecha el día 7 de junio del año 2019.*

Las opiniones, asimismo, nos ayudan a nosotros los administradores a poder compartir sin inconvenientes nuestro punto de vista. Las usamos durante y después de las coberturas de shows importantes, porque logramos más alcance e interacción.

#### **2.4.6. Memes**

Los memes son otra forma de expresión y de información, pero que son presentados de manera lúdica y divertida. La importancia de usarlos en la página es para darle un poco más de variedad y de emoción a nuestras publicaciones, sobre todo dentro de las coberturas, donde es cuando más fanáticos quieren interactuar con nosotros. Debemos aclarar que nosotros somos los que hacemos las imágenes con el programa Adobe Photoshop, en cualquiera de sus versiones.



*Memes realizados el 25 de mayo del año 2019 y el 24 de julio del año 2018.*

#### **2.4.7. Videos semanales**

Como cualquier página de Facebook, no se debe dejar de lado el apartado audiovisual. Durante varias semanas se publicaron en la página videos en formato vertical, con el objetivo de poder verse en los teléfonos móviles, que resumen las noticias más destacadas de la semana, en forma de tops y rankings, en caso algún seguidor se haya perdido de alguna noticia importante.



*[Video semanal](#) publicado el día lunes 22 de julio.*

A diferencia de los puntos anteriores, este no resultó ser tan exitoso como nosotros pensamos en un comienzo. Por más que los videos se publicaban en un buen horario (domingo en las noches y lunes en la mañana), los seguidores pasaban de estos y no había interacciones en general.

#### **2.4.8. Podcast**

Otro contenido que nos acerca directamente a nuestros seguidores es el empleo del Podcast o transmisión en vivo.

Este se define como un programa de radio personalizable y descargable que puede montarse en una web o un blog. Se encuentra generalmente dirigido por un presentador, quien está acompañado de colaboradores y entrevistados quienes durante un determinado lapso de tiempo exponen y desarrollan una temática concreta. (Toledo, 2019)



*Podcast en vivo realizado el día domingo 11 de agosto del 2019 minutos después del evento WWE Summerslam.*

En un comienzo, grabábamos las transmisiones y las subíamos completas a nuestro canal de Youtube. Al ver que no había reacción y por tener bastantes dificultades al momento de subirlos a la red, decidimos hacerlo en vivo desde la misma página donde, poco a poco, empezamos a conseguir más interacción. Chará (2017) resalta la importancia de este contenido señalando que bloggers, influencers digitales, marcas reconocidas y medios tradicionales lo usan para poder llegar un mayor público de forma cercana e innovadora. Aporta personalidad, diferencia proyectos y otorga una libre expresión sin filtros.



 **Luchamaniacs**  
1 de agosto a las 10:12 · 🌐

¡NUEVO HORARIO DE LUCHACAST!

Buenos días, Luchamaniacs, comenzamos el día con un gran anuncio. Nuestra primera transmisión en vivo en la que hablaremos acerca de las carteleras de #WWE SummerSlam y #NXT TakeOver Toronto, y de los resultados hasta el momento del #G1 Climax 29. no será el día sábado, sino que ahora va a ser el día de mañana a la misma hora 🙌

La nueva cita es el viernes 2 de agosto a las 8:30pm (UTC-5 Bogotá/Lima). ¡Re-anótenlo en sus agendas y no se lo vayan a perder que va a estar bastante bueno! 🙌

#Luchamaniacs #Aguantelalucha #Luchacast



607 Personas alcanzadas 48 Interacciones [Promocionar publicación](#)

👍❤️ 12 6 veces compartido

Asimismo, días antes de transmitir en vivo nos encargamos de hacer una pequeña promoción al podcast y vamos anunciando su realización con días de anticipación. Nos parece importante que nuestros seguidores sepan cuándo vamos a hacer uno para que tengan tiempo de poder conversar con nosotros.

Links de los podcasts: [Link 1](#) (grabado) y [Link 2](#) (en vivo)

## 2.5. Estrategias de promoción

### 2.5.1. Alianzas

Una estrategia que nos parece importante destacar son las alianzas. Al haber mucha competencia dentro las redes sociales, consideramos que es crucial tener páginas aliadas con el fin de promocionarse mutuamente y conseguir más seguidores/visitantes por ambos lados. El objetivo es tener aliados que se asemejen en cantidad de interacción, alcance y de visita a nosotros para que el crecimiento sea más parejo y equilibrado.



*Muestras de las alianzas con las páginas “Los Lucha Jobbers” y “Suplex” realizadas en agosto y abril del año 2019.*

### 2.5.2. Publicidad pagada

Si bien gran parte de nuestro alcance ha sido de manera completamente orgánica, otra estrategia que usamos para alcanzar más seguidores han sido las herramientas de promoción y publicidad que nos otorga la misma red social, las cuales tienen un costo que varía dependiendo del tiempo y el público al cual se está apuntando.

La primera campaña se hizo el día 2 hasta el 12 de agosto y tuvo como información clave lo siguiente:

- **Nombre:** Fanáticos lucha libre (WWE, México, Japón)
- **Sexo:** Hombres
- **Edad:** 18-35
- **Lugar-viviendo en:** Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, España, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Paraguay, El Salvador y Uruguay.
- **Personas que coinciden con intereses:** WWE o Lucha Libre profesional.

El costo fue de 50 soles y el alcance llegó a más de 40,000 personas.

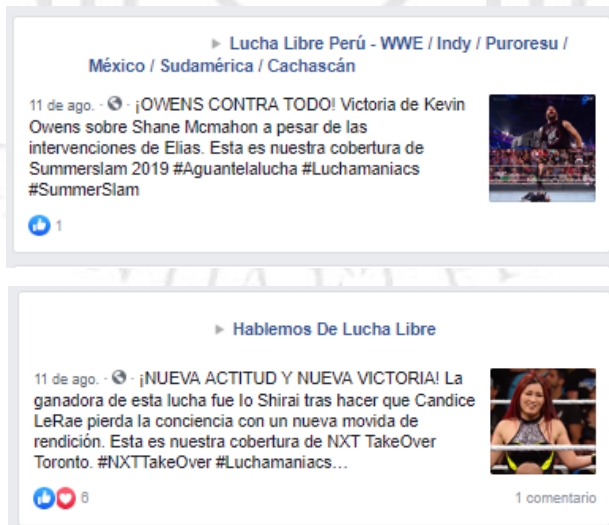


*Primera promoción de la página en Facebook.*

Días después, se hizo una segunda campaña que no tuvo tanto alcance como la primera, pero que de igual modo consideramos como algo importante para haber llegado a los 10,000.

### 2.5.3. Difusión en grupos

Otra estrategia de alcance que nos fue de mucha ayuda en los primeros días de la página fue el de compartir nuestro contenido propio como coberturas, noticias y memes en grupos de fanáticos de la lucha libre latinoamericanos que tiene el portal. Consideramos que moverse y promocionarse en redes desde los primeros días es fundamental.



*Muestras de publicaciones compartidas hacia otros grupos de fanáticos de lucha libre en Facebook.*

## 3. LOGROS Y RESULTADOS

### 3.1. Información general

10 mil Me gusta +794 esta semana  
y 41 amigos más

 10 mil seguidores

Para el día 1 de septiembre del año 2019, la página logró alcanzar los 10,148 “Me gusta” y 10,228 seguidores, superando por mucho el objetivo deseado. Para lograr dicha meta, no solo bastó con darle una buena publicidad a la página, sino también de reconocer cuál ha sido el tipo de contenido que más aportó al crecimiento de la *fanpage* en general.

Para explicar cuáles han sido nuestros logros y resultados, dividiremos esta sección en dos etapas: la primera se desarrolla desde el 1 de enero del 2018 hasta el 1 de marzo de del 2019 en la que no teníamos mucha actividad y en la *fanpage* solamente se hacían coberturas de los shows principales de la WWE y se publicaban noticias de dicha empresa. La segunda, por otro lado, comienza desde que planteamos nuestro objetivo, comenzamos a publicar noticias de otras compañías más seguido y probamos más contenido. La sección se dividirá en seguidores, alcance, visitas y reproducciones de video. Las métricas generales que la plataforma nos ofrece serán suficiente para darnos cuenta de cuál es el contenido que más funciona para nosotros. Nos parece importante también tener en cuenta el nivel de las reacciones y los comentarios en nuestros mejores días.

### 3.2. Seguidores



Total de seguidores de la página hasta hoy: 6.164



Total de seguidores de la página hasta hoy: 10.228



Durante la primera etapa ganamos un total de 1,872 seguidores, mientras que en la segunda conseguimos un total de 4,064. Esto representa más del doble de lo ganado en la primera etapa; sin embargo, no fue hasta antes de poner el primer anuncio pagado en Facebook que teníamos 7,048 seguidores (ver anexo 8). Por más contenido que uno puede hacer para su Fanpage, consideramos importante que se tenga que pagar dinero para promocionar la página por medio de la plataforma, ya que hacerlo todo de forma orgánica podría tomar mucho tiempo. Pese a esto, en tan solo 5 meses conseguimos 884 seguidores, aproximadamente el 50% de lo conseguido en la primera mitad.





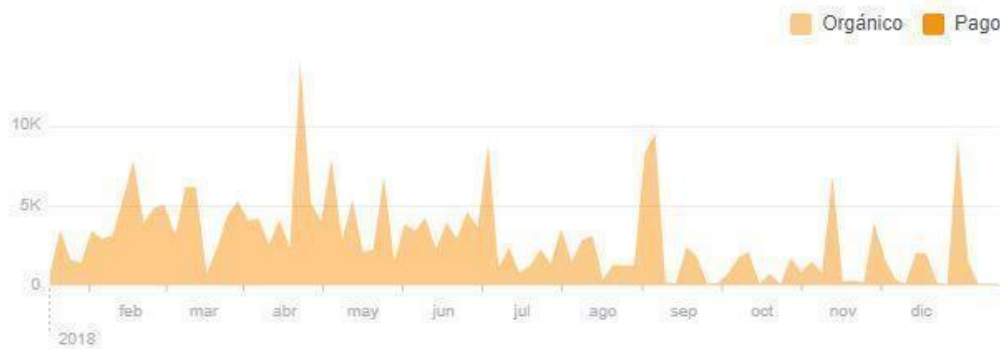
En fechas más puntuales, en la primera etapa nuestro punto más alto de obtención de seguidores fue de 47 personas el día 25 de febrero del año 2018 durante la cobertura hecha en el evento *WWE Elimination Chamber*<sup>12</sup>. Las anulaciones, asimismo, consiguieron su mayor punto en el mes de mayo del 2019 con tan solo 3 personas (ver anexo 9). Las cifras en la primera etapa fueron bajas alcanzando más de 50 personas en sola una ocasión. En la segunda, por otro lado, se puede ver que la tendencia a llegar a esa cantidad es un poco más constante respecto a la anterior. Sin considerar la promoción, el punto más alcanzado fue el día 7 de junio durante la realización del evento *WWE Super ShowDown* realizado en Arabia Saudita. Ese día, la comunidad fue testigo de un suceso polémico y uno de los administradores hizo una [opinión](#) al respecto que fue bien recibida por parte de los seguidores. Por otro lado, ni bien comenzó el anuncio, nuestro punto más alto fue del día 4 de agosto con 307 seguidores. Las anulaciones también alcanzaron una cifra de 14 personas el día 3 de agosto (ver anexo 10). En síntesis, los días donde más obtenemos más seguidores coinciden regularmente con coberturas que se hacen a eventos especiales dentro de la página. Esto es normal porque la lucha libre es un espectáculo que tiene un mayor alcance en 2 o 3 días a la semana, sobre todo en los shows de la WWE. Tanto las noticias como las efemérides y los cumpleaños nos ayudan a mantener la página a flote y evitar las anulaciones.

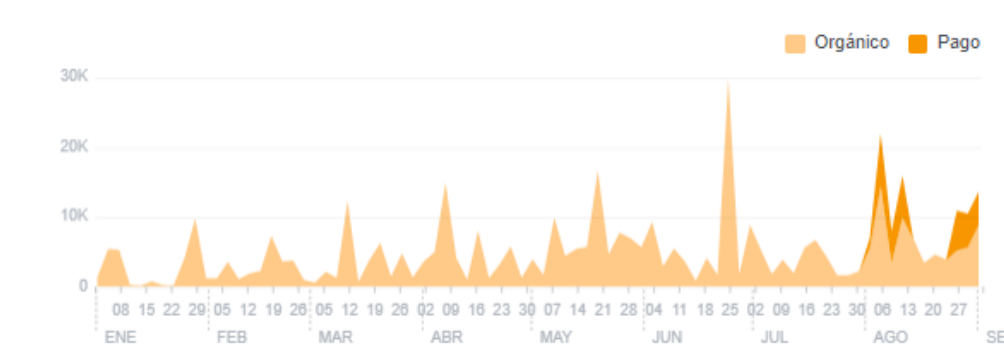
<sup>12</sup> *WWE Elimination Chamber* es un evento producido por la WWE en el que 6 luchadores entran a una jaula con pequeños espacios dentro en la que uno por uno va entrando y eliminando por conteo de tres o rendición a las superestrellas que se encuentran dentro. El ganador será el último superviviente dentro de la jaula de acero.



Por otro lado, nos parece importante señalar que nuestros fanáticos comenzaron a seguir la página en su mayoría desde la “sección de noticias”. Esto es positivo porque posiblemente han leído y revisado varias de nuestras publicaciones antes de seguirnos. En los gráficos se puede observar cómo esto ha ido evolucionando.

### 3.3. Alcance

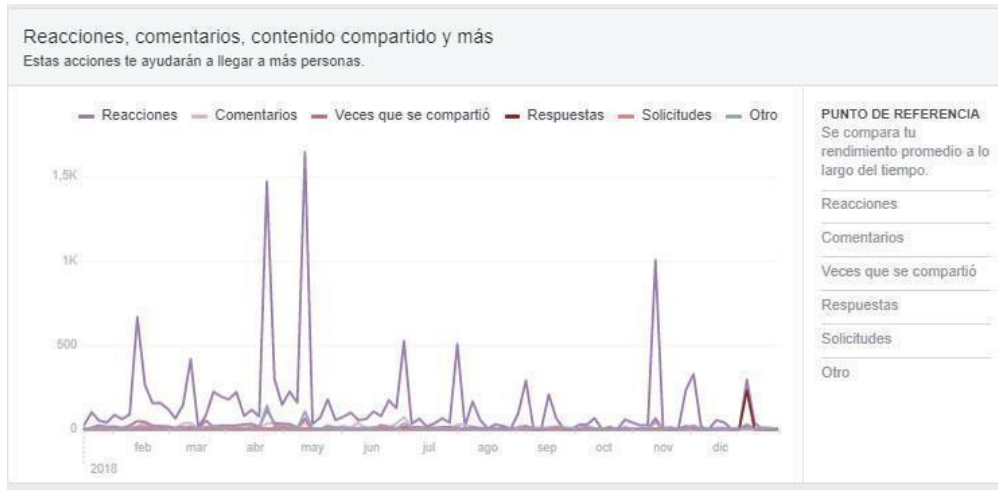




En nuestra primera etapa, nuestro contenido llegó a ser alcanzado hasta por más de 10,000 personas, siendo nuestro punto máximo el día 7 de abril con una cantidad total de 13,952 personas (ver anexo 11). Mientras que, en la segunda, nuestras publicaciones han conseguido superar la barrera de las 20,000 personas llegando a una cifra de 28,857 personas el día 23 de junio de este año durante el evento *WWE Stomping Grounds*<sup>13</sup> (ver anexo 12), seguido de 25,790 alcanzados el día 4 de agosto por el evento de la empresa mexicana de lucha libre AAA *TripleMania*<sup>14</sup> (ver anexo 13). Cabe señalar que la mayor cantidad de alcance pagado fue de 5,789 personas el día 1 de agosto (ver anexo 14), cifra que no representa ni la mitad del número máximo de este año. Es de destacar, además, que en la segunda etapa superamos con más frecuencia la barrera de los 20,000 respecto a la primera, siendo días claves coberturas de eventos como *WrestleMania* y *Money in the Bank* realizados en abril y mayo de este año.

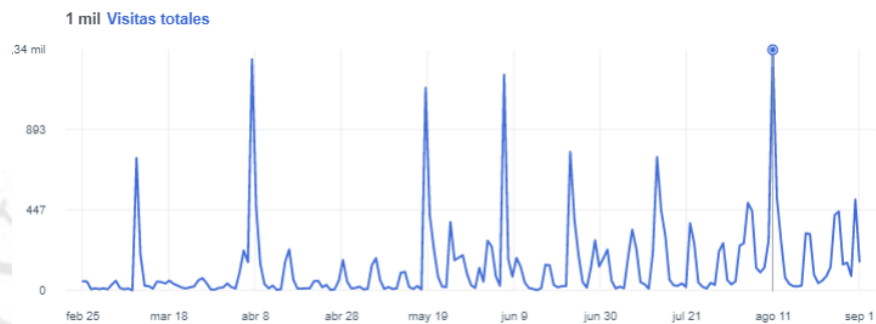
<sup>13</sup> *WWE Stomping Grounds* es un evento realizado el domingo 23 de junio del año 2019 desde Tacoma, Washington. Dicho evento tuvo una asistencia aproximada de 6,000 personas.

<sup>14</sup> *TripleManía* es el mayor evento de la empresa mexicana AAA. Se celebra tradicionalmente en agosto de cada año por el aniversario de la fundación de la compañía.

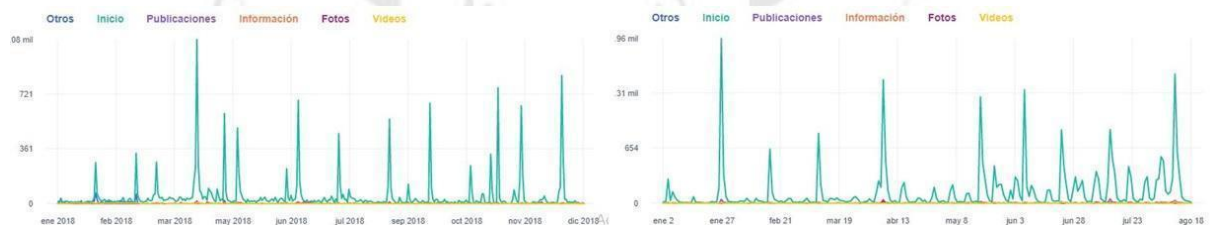


En general, lo que más destaca de las acciones de nuestros usuarios son las reacciones. Al potenciar cierto contenido como las efemérides, los cumpleaños y los memes, es que pudimos ver que el volumen respecto a estas tuvo un significativo aumento en la segunda etapa. Nuestro día de mayor registro fue de 2,425 reacciones el día 7 de junio durante la celebración del evento *WWE Super ShowDown* y la cantidad de comentarios también mostró un ligero aumento, consiguiendo una mayor cifra ese mismo día con 120 comentarios. Si bien no es una cantidad enorme, el registro de los comentarios en la página ha sido más constante en relación al año pasado, pues nuestros seguidores destacan más por reaccionar que por comentar nuestras publicaciones. Gracias a estas métricas es que nos dimos cuenta de un potencial acercamiento al país de México, el cual gracias a la cobertura de *TripleMania* y la alianza con Los Lucha Jobbers que se estableció como un público importante para nosotros.

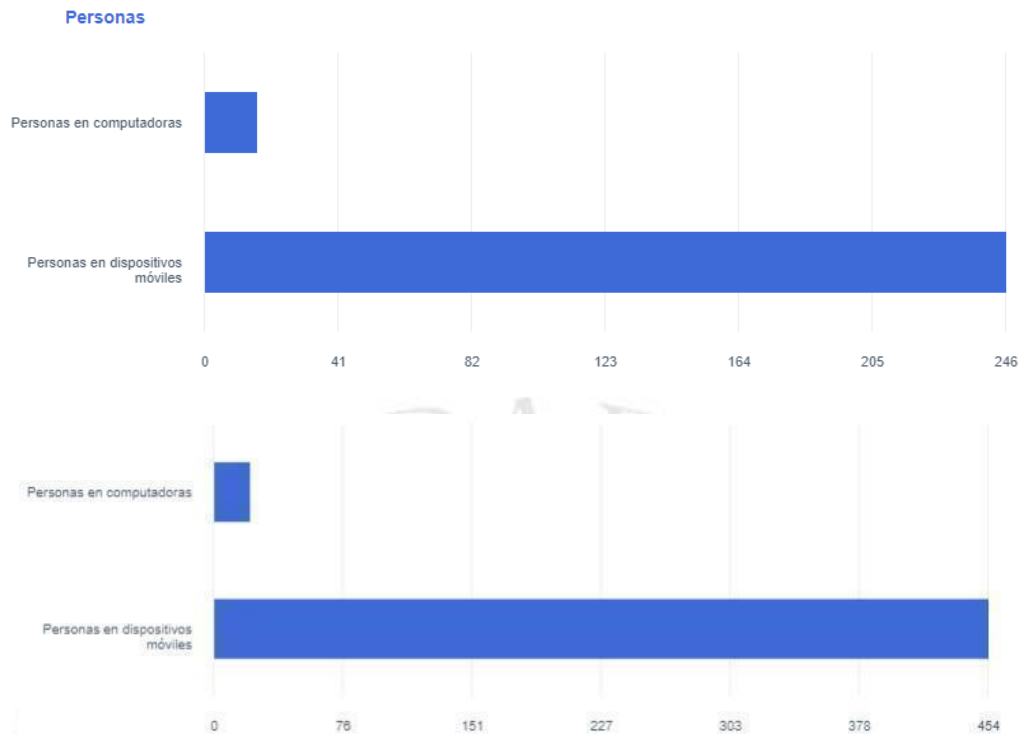
### 3.4. Visitas a la página



En nuestra primera etapa, el punto más alto de visitas fue de 508 personas; en la segunda, por otro lado, superamos por mucho las miles de visitas en reiteradas ocasiones. Los días con mayor registro fueron nuevamente durante días de coberturas, específicamente en la realización de los eventos *WrestleMania* y *SummerSlam*. Como mencioné en el punto anterior, las visitas son irregulares debido a que la lucha libre no es consumida con tanta frecuencia a la semana.



*Tanto en el 2018 como en el 2019 el sector que más frecuenta nuestros fanáticos a la hora de visualizar la página es el de la página de inicio, lo cual consideramos como algo natural porque nuestras publicaciones son más enfocadas a la lectura y en dicha parte también se pueden visualizar las noticias del día.*












*Gráficos tomados el 3 de julio y el 18 de agosto de este año.*

Así también, es muy importante destacar desde qué dispositivo nos están visitando los seguidores. En estas dos gráficas tomadas en dos fechas cercanas, nuestros usuarios frecuentan más la página por dispositivos móviles que en la computadora. De ese modo, se pone en evidencia la tendencia de que ahora los contenidos se encuentran adaptándose a las nuevas tecnologías para poder acercarse más al usuario. Nuestra página no es la excepción y es por eso que hemos tomado la decisión de realizar materiales como videos en formato vertical y tanto diseños como publicaciones sencillas y fáciles de leer para nuestros seguidores.

### **3.5. Reproducciones de videos**

Por otro lado, uno de los puntos menos funcionales de nuestro sitio fue la realización de los videos semanales y los primeros podcasts:



<input type="checkbox"/>		Luchamaniacs Luchacast #2 ¡Ya se encuentra disponible la segunda edición de nuestro podcast, Luchamaniacs! En esta oca...	112	● 13 abr 2019 a las 01:46 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		TRAILER COBERTURA LUCHAMANIACS LUCHAMANIACS ANUNCIA SUPER COBERTURA PARA LA SEMANA DE WRE...	427	● 28 mar 2019 a las 23:49 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs (Del 11 al 17 de Marzo) Kurt Angle se retira, Cody y Los Young Bucks invaden la AAA, nuevos camp...	127	● 17 mar 2019 a las 23:49 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs #5 ¡Otra semana más de lucha libre y otra semana más de noticias! Roman Reigns regresa a los cuad...	99	● 3 mar 2019 a las 12:24 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Primer episodio de "Luchamaniacs Luchacast" ¡Por fin, Luchamaniacs! Ya está disponible el primer episodio de nuestro po...	237	● 12 sep 2019 a las 19:14 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs #4 Otra semana de lucha libre, otra semana de noticias :D Roman Reigns regresa a RAW, luchadore...	138	● 24 feb 2019 a las 13:00 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs #3 Becky Lynch "suspendida" de WWE, Jimmy Uso arrestado, Jay White nuevo campeón mundial d...	131	● 17 feb 2019 a las 12:58 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs #2 Smackdown marca el peor rating de su historia, AEW hace históricos anuncios, Los Usos podrían n...	378	● 10 feb 2019 a las 21:32 Mario Alfredo Acha Suarez
<input type="checkbox"/>		Noticias Luchamaniacs #1 Noticias Luchamaniacs #1 Otra semana más en el mundo de la lucha libre. ¿Qué ha sido lo más d...	108	● 3 feb 2019 a las 19:21 Mario Alfredo Acha Suarez

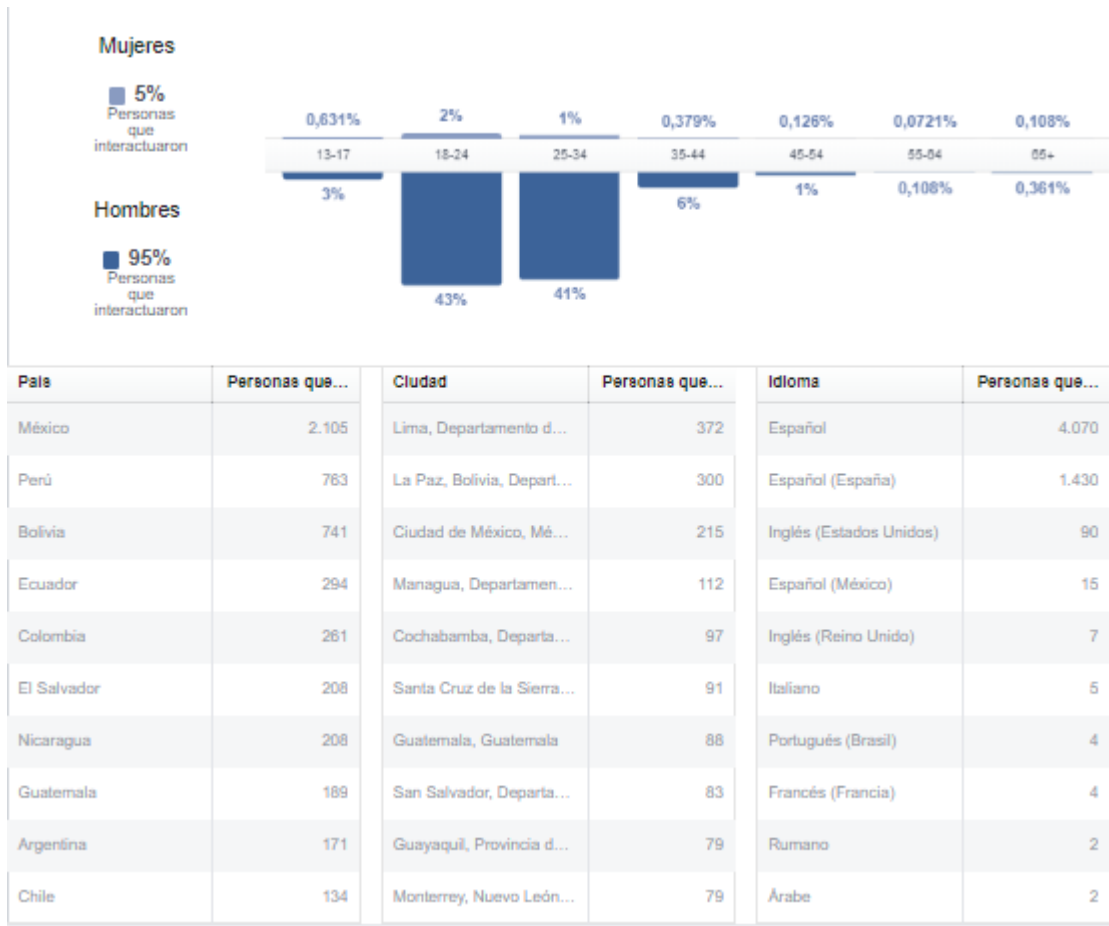
Dentro de la transición de la primera con la segunda etapa es que tuvimos la idea de hacer los videos semanales. Al comienzo, el concepto comenzó ganando fuerza, pero a medida que se iban subiendo, es que se comenzó a perder el interés por parte de nuestros seguidores a este contenido. Al ser Facebook un portal enfocado más en la lectura - a diferencia de otras plataformas como Vimeo o Youtube- consideramos dejar de lado el material audiovisual por el momento y enfocarnos así en nuestros puntos más positivos. Curiosamente, nuestro video con más reproducciones fue un pequeño [trailer](#) que se hizo como previa a la cobertura de los shows que protagonizaron el fin de semana de *Wrestlemania*, el cual fue compartido además por nuestros aliados en sus respectivas páginas (ver anexo 16).

### 3.5. Resumen general





De acuerdo a nuestra primera gráfica, el país que más alcance nos da es México con 31,743 personas. Este dato resulta natural, debido a la enorme importancia del espectáculo en dicho país. Bolivia y Perú lideran el segundo y tercer puesto con 20 mil y 14 mil seguidores aproximadamente. Asimismo, la ciudad de La Paz es la ciudad que más alcance nos ha dado con 7,481 personas.



Por otro lado, las personas que interactúan más con nuestra página son las personas de rango de edad de entre 18 y 24 años, aunque la segunda mejor cifra (25 a 34) también se le aproxima por muy poco. México sigue liderando la tabla aquí y esta vez nuestro país se cuela en el segundo lugar seguido de Bolivia.

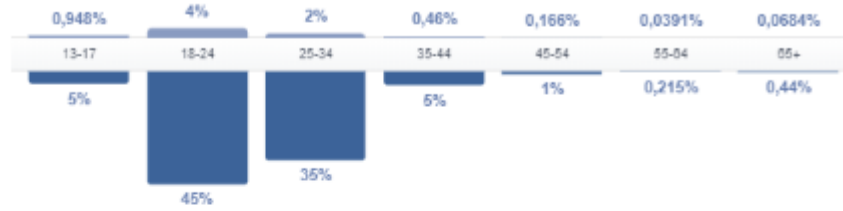
Cabe señalar que, pese a todo, Lima es la ciudad que más interactúa con nosotros al final del día debido a los orígenes de la misma, la cual estuvo completamente enfocado en atender a los seguidores de nuestro país, antes de tomar un rumbo más global.

### Mujeres

7%  
Tus seguidores

### Hombres

93%  
Tus seguidores



País	Tus seguidores	Ciudad	Tus seguidores	Idioma	Tus seguidores
México	3.148	Lima, Departamento d...	969	Español	7.617
Perú	1.922	La Paz, Bolivia, Depart...	454	Español (España)	2.358
Bolivia	1.246	Ciudad de México, Mé...	368	Inglés (Estados Unidos)	144
Colombia	541	Santa Cruz de la Sierra...	193	Portugués (Brasil)	22
Ecuador	424	Guatemala, Guatemala	190	Inglés (Reino Unido)	22
Chile	413	Santiago de Chile, Reg...	168	Francés (Francia)	17
Guatemala	406	Cochabamba, Depart...	165	Árabe	11
El Salvador	358	Monterrey, Nuevo León...	149	Italiano	10
Argentina	334	San Salvador, Depart...	144	Alemán	8
Nicaragua	258	Managua, Departamen...	129	Rumano	4

Por último, se encuentra la tabla general de nuestros seguidores de la página. Como era de esperarse, México lidera la tabla con 3,148 seguidores seguido de Perú y Bolivia. Lima, La Paz y Ciudad de México y Lima son las ciudades con más usuarios que nos siguen, y el rango de edad de personas entre 18 y 24 años se mantiene como el más importante en esta área.
















### 3.6. Conclusiones finales

Luchamaniacs terminó creciendo a niveles significativos tanto en interactividad, visitas y seguidores en este último año. La mejora en nuestra actividad y la evolución de nuestro contenido ha llevado la página hacia un nuevo nivel.

1		<b>WWE FANS - PERÚ</b> 68,123 Me gusta en total	6		<b>Club WWEmania Peru - Pasion p...</b> 17,578 Me gusta en total
2		<b>WWE Section Perú</b> 45,640 Me gusta en total	7		<b>Pro Wrestling World Peru - PWWP</b> 13,337 Me gusta en total
3		<b>WWE CLUB PERÚ</b> 45,556 Me gusta en total	8		<b>Luchamaniacs</b> 9,021 Me gusta en total
4		<b>Imperio Wrestling</b> 37,746 Me gusta en total	9		<b>WWE PERÚ</b> 3,874 Me gusta en total
5		<b>PeruWrestling</b> 18,368 Me gusta en total	10		<b>WWE Perú - #TeamWWEPerú</b> 2,042 Me gusta en total

Tabla capturada el día 18 de agosto del año 2019.

A nivel nacional, logramos mantenernos dentro del ranking y somos la octava página de Facebook con más seguidores dentro de la comunidad de lucha libre.

1		<b>Lucha Libre Online</b> 543,911 Me gusta en total	6		<b>WWE Section Perú</b> 45,640 Me gusta en total
2		<b>WWE es una pasión</b> 316,134 Me gusta en total	7		<b>WWE CLUB PERÚ</b> 45,556 Me gusta en total
3		<b>Hablemos de Lucha</b> 105,911 Me gusta en total	8		<b>WWE Entretenimiento en Español</b> 44,296 Me gusta en total
4		<b>Planeta Wrestling</b> 82,492 Me gusta en total	9		<b>Imperio Wrestling</b> 37,746 Me gusta en total
5		<b>WWE FANS - PERÚ</b> 68,123 Me gusta en total	10		<b>Mr. Wrestling</b> 20,161 Me gusta en total
11		<b>Todo Luchas</b> 18,984 Me gusta en total			
12		<b>PeruWrestling</b> 18,368 Me gusta en total			
13		<b>Club WWEmania Peru - Pasion p...</b> 17,578 Me gusta en total			
14		<b>Pro Wrestling World Peru - PWWP</b> 13,337 Me gusta en total			
15		<b>WWE Latinoamerica</b> 11,586 Me gusta en total			



Y a un nivel más global, nos encontramos en el puesto número 16 de las páginas de Facebook con más seguidores de todo Latinoamérica y habla hispana en la comunidad de lucha libre.

La razón de nuestro éxito se debe a la realización de nuestras coberturas y al seguimiento de la lucha libre a nivel general. Las coberturas de los eventos de las compañías más importantes de la industria como la WWE son cruciales para nosotros para conseguir alcance, visitas y seguidores. Las noticias y el contenido como efemérides y cumpleaños, de igual modo, son funcionales y mantienen en actividad a la página. Otro contenido como las opiniones, los memes y las encuestas consideramos que deben ir acompañados de las coberturas para que tengan un alcance más importante y sigan la tendencia del momento. Por último, los videos y los podcasts necesitan trabajarse aún más.

Tampoco podemos dejar de mencionar la promoción que se le hizo a la página. El primer anuncio fue el empujón que necesitábamos para superar el objetivo principal, sin embargo, las estadísticas del alcance nos hicieron darnos cuenta de que una promoción pagada tampoco es algo suficiente para garantizarnos el éxito. Es la calidad de nuestro contenido y el acercamiento a nuestros seguidores lo que hace que vayamos evolucionando y tengamos cada día una comunidad más fiel.

Aún con todos estos datos positivos, sentimos que el crecimiento de la página aún va a paso lento y el llegar 10,000 seguidores de manera orgánica no fue una tarea sencilla. Nuestro objetivo principal de cara al futuro es el de darle un nuevo enfoque a la página y potenciar nuestro punto más fuerte que son las coberturas para establecernos como una marca alternativa en el medio. Asimismo, nuestra intención a futuro es monetizar la marca a través de venta de merchandising y con la página misma.



**Luchamaniacs**  
Publicado por Mario Alfredo Acha Suarez (9) · 6 h · 🌐

¡MUCHAS GRACIAS!

Queremos agradecer a cada uno de nuestros Luchamaniacs por habernos ayudado en alcanzar nuestra gran meta dentro de la página.

La lucha libre es algo hermoso y estamos felices de que esta comunidad se encuentre creciendo cada día más. ¡Sin ustedes esto no hubiese sido posible! Y una vez, muchas, pero muchas gracias y que #AguantelaLucha por y para siempre 🙌

Atte:  
Los administradores del sitio (Malas04, Laus y CrisHo)

#Luchamaniacs #10K



188  
Personas alcanzadas

13  
Interacciones

Promocionar publicación

3

1 vez compartido

*Mensaje de agradecimiento por llegar a los 10,000 seguidores en la página realizado el día 2 de septiembre de este año.*

## **4. LECCIONES APRENDIDAS**

### **4.1. Fuentes y rumores**

Entre las principales enseñanzas que tenemos de este proyecto, se encuentra el cuidado de las fuentes de donde salen las noticias. Algunas páginas pueden no ser tan confiables como otras. Por ejemplo, si una noticia proviene de un determinado sitio y es contrarrestada y/o complementada por una fuente más fidedigna, esta presenta cierta credibilidad y puede ser publicada. No obstante, si alguna otra página no cuelga la fuente, es posible que termine siendo errónea.

En cuanto a los rumores, estos deben ser tomados con cuidado. Una de las medidas que tomamos para controlar este tipo de publicaciones es poner la palabra “RUMOR” en el encabezado de la nota, con el fin de avisar al usuario que esta nota podría ser verdadera o falsa. Los rumores son algo común en varias páginas. Cada una es responsable de colgar dicho contenido y comprobar su grado de credibilidad.

### **4.2. Sensacionalismo**

Si bien cada miembro tiene mucho cuidado a la hora de publicar cierto contenido, siempre se busca hacerlo de una manera calmada y centrada. Nos ha pasado que a un administrador le gana la emoción y hace una publicación en una cobertura o en la sección de noticias desde el sentimiento puro. Esto nos generaba conflictos porque no todos pensábamos igual. Es por eso que para evitar malentendidos con nosotros y con nuestro público es que decidimos utilizar nicknames. De igual modo, en caso uno de los miembros de la página quiera decir algo más extenso, este puede hacer una columna de opinión dentro de la fanpage.

### **4.3. Equilibrio e Identidad**

Un buen paso para lograr nuestro equilibrio ha sido el de reforzar nuestro tono de comunicación, es decir, los modos y formatos que utilizamos para hacer nuestras publicaciones. Por otro lado, cada uno de los administradores tiene un punto de vista distinto a lo que quiere expresar dentro de la página y eso ocasiona que tengamos conflictos regularmente. Es por eso que en distintas reuniones siempre buscábamos la manera de llegar a un acuerdo por el bien de la fanpage. Con cada lluvia de ideas que

teníamos, se creaba nuevo contenido para la página y se hacían pruebas para ver si eran óptimas, de lo contrario, se descartaba dicha idea para pasar a la siguiente. Las sugerencias que cada miembro daba, ayudaban a mejorarnos mutuamente. Finalmente, se logró poner en acción nuestras mejores ideas y funcionaron, logrando tener mayor respaldo de nuestros seguidores y fortalecer así lo que sería nuestra identidad: ser una página variada de contenido con un tono neutro en la información.

#### **4.4. Cubriendo todos los puntos posibles**

El ser una página variada también tiene sus desventajas. Si uno realiza muchas actividades a la vez, no será capaz de hacer ninguna de estas bien. Un ejemplo es el uso de los videos semanales, al enfocarnos tanto en el apartado escrito y de diseño gráfico, hemos dejado de lado lo audiovisual. Otro punto es que no le sacamos nunca provecho a la opción de las “historias de Facebook”. Y otras estrategias como el de las dinámicas con los fondos de pantalla podrían llevar a la página a un punto no deseado. Asimismo, no les prestamos atención a los podcasts y no fue hasta que los hicimos en vivo donde nos dimos cuenta que este era el camino que teníamos que seguir.

Nos encontramos probando cosas que pensamos que en el futuro podrían funcionar. Por ejemplo, queremos comenzar a hacer coberturas en portales como Instagram, también hicimos una pequeña dinámica que tuvo un moderado éxito en la *fanpage*. Hicimos varios fondos de pantalla sin fines de lucro y los fans destacados de la página pudieron llevarse uno propio (ver anexo 17).

#### **4.5. Conectividad (miembros y usuarios)**

Cada cobertura siempre tendrá uno que otro problema. A pesar de contar con el servicio de WWE Network, este no siempre termina siendo estable. Hay momentos donde se va la señal y la conexión se pierde; sin embargo, la cobertura no debe acabarse y recurrimos a plataformas como Twitter o Facebook para encontrar imágenes de buena calidad y utilizarlas en caso de emergencia. Asimismo, si uno o más seguidores considera que debemos cubrir cierto show, lo haremos de manera propia. En la lucha libre la información llega a cualquier momento del día como cualquier medio de entretenimiento. Sin embargo, publicaciones como opiniones, memes o encuestas consideramos lanzarlos dentro de nuestras coberturas.

Asimismo, varios usuarios nos piden colgar una transmisión en vivo del evento para que estos puedan verlo en lugar de las imágenes estáticas que ponemos. El principal problema aquí son los derechos de autor y si alguna vez se decide aplicar esta medida, tendríamos el riesgo de ser castigados. Consideramos que nuestro público debe estar acostumbrado a nuestro estilo de seguir un evento. Al ser mucho menor la cantidad de quejas que de sugerencias, consideramos que está funcionando.

#### **4.6. Eficiencia**

Cada publicación intenta ser lo mejor posible; sin embargo, los miembros del grupo a veces se encuentran en la encrucijada de sacrificar o bien la calidad del post o el tiempo empleado. En una cobertura, por ejemplo, usualmente se sacrifica la calidad de las imágenes por la inmediatez y eso puede terminar siendo negativo tanto para nosotros como para nuestro público. La comunicación entre los miembros de la página resulta clave en este tipo de circunstancias, pues siempre es bueno llegar a un bien común entre todas las partes. Tampoco ignoramos el hecho que cada uno tiene otros deberes además de la fanpage, es por ello que la designación de los roles ayudó a que nos organicemos mejor, sumado al hecho de que ahora se logró tener mucho más control del tiempo en cada publicación que hacemos.

#### **4.7. Miembros**

Debido a un problema que tuvimos con un antiguo miembro, que publicaba información errónea de fuentes equivocadas y de forma sensacionalista, es que llegamos a la conclusión de que si alguna vez teníamos un nuevo integrante que apoye en la página este debe de ser pasar por una prueba, demostrando que el candidato tenga buena ortografía y redacción, ser mayor de edad y gran fanático de la lucha libre, entre otros. Por el momento, seguimos siendo los tres miembros fundadores que se encargan del funcionamiento de la página y estaremos al tanto de si alguien más quiere entrar al proyecto con nosotros.

#### **4.8. Otras plataformas**

En nuestros inicios, no solo estábamos enfocados en Facebook, queríamos intentar entrar en otras plataformas como lo son Youtube, Twitter, e inclusive teníamos nuestro propio portal web. Es obvio que nuestro entusiasmo estaba en niveles muy altos, pero la realidad fue totalmente distinta. Resulta complicado mantener activas tantas

plataformas a la vez, y subir contenido a cada una de ellas es muy laborioso. Youtube fue por unos meses atractivo debido a que queríamos exponernos ante una enorme audiencia, pero la falla radica en que lo hicimos cuando apenas teníamos 1,000 seguidores. Experimentamos mucho con esta red social, pero no se logró llegar a conectar con los usuarios; el canal sigue presente, pero ya no tiene mucha actividad y apenas cuenta con un par de videos antiguos y entrevistas. En el caso de Twitter y la página web fue casi similar al de Youtube. Twitter nunca se pudo concretar debido a que en ese tiempo solo nos enfocamos en Facebook, por lo que sigue sin ser lanzada oficialmente.

#### **4.9. Conociendo a nuestro público**

Antes no prestamos mucha atención a las estadísticas de la fanpage; sin embargo, el comportamiento de los usuarios nos ayudó a comprender que tenemos que mejorar en ciertas áreas. Por ejemplo, nunca nos dedicamos a realizar coberturas de eventos en México, pero después de enterarnos que tenemos mucha presencia en el país norteamericano, decidimos entrar con fuerza y conocer mejor la lucha libre mexicana. El resultado fue positivo, con una sola cobertura especial del evento “Triplemania XXVII” logramos mucha interacción dentro de la página y el recibimiento fue clave para el primer podcast y el fortalecimiento de nuestra alianza con los miembros de Los Lucha Jobbers. Asimismo, que los podcasts sean grabados también nos permite conocer a nuestros seguidores de manera directa. Las opiniones también son valiosas para nosotros y el responder las inquietudes de nuestros seguidores, ya sea por mensaje privado o en la caja de comentarios, fortalece la relación entre ambas partes.

Está claro que cuando se conoce mejor a tu base de fans, se pueden lograr grandes cosas. De igual manera, son ellos los indicadores de que vamos por un buen camino o si nos estamos equivocando; si ellos no están contentos con el diverso contenido que colgamos dentro de la fanpage, eso no ayuda a cambiar de estrategia para futuras publicaciones.

## **5. REFERENCIAS**



Chará, Keiner (2017). *La importancia del Podcast en tu estrategia de contenidos*:  
<https://lifestyle.americaeconomia.com/articulos/que-hizo-tan-populares-los-podcasts>

Cruz, R. (20 de febrero de 2018). *Mkt deportivo México. Recuperado el 12 de Agosto de 2019, de Lucha libre y mercadotecnia: una pareja disfuncional*:  
<http://mktdeportivomx.com/2018/02/20/lucha-libre-y-marketing-una-pareja-disfuncional/?fbclid=IwAR20qtmUYerARo7EQ5yp4fvUMZ2JPuogyUmhxdw25kpP2ju5TMUEv-qfA5g>

Encyclopedia Britannica. (12 de agosto de 2019). *Obtenido de Catch-as-catch-can wrestling*: <https://www.britannica.com/sports/catch-as-catch-can-wrestling>

Greenberg, K. E. (2000). *Pro Wrestling: From Carnivals to Cable TV*.

Barthes, R. (1957). *Le monde où l'on catche*. En R. Barthes, *Mythologies*.

Forbes. (2016). *Forbes. Obtenido de Forbes names WrestleMania in the top 10 most valuable sporting events: Forbes names WrestleMania in the top 10 most valuable sporting events*.

Mooneyham, S. A. (2004). *Sex, Lies, and Headlocks: The Real Story of Vince McMahon and World Wrestling Entertainment*.

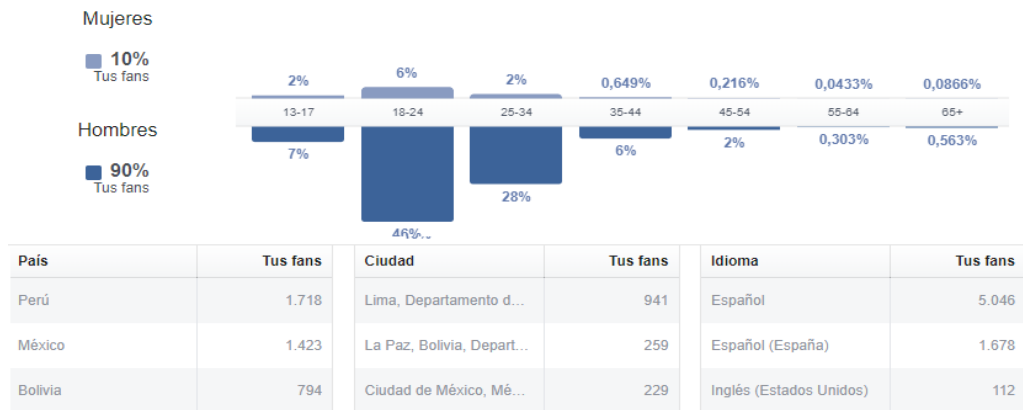
Neoattack. (s.f.). *Recuperado el 12 de agosto de 2019, de Concepto de Objetivo SMART*: <https://neoattack.com/neowiki/objetivo-smart/>

Toledo, M. (2 de abril de 2019). *Inboundcycle. Recuperado el 15 de Agosto de 2019, de ¿Qué es un podcast y por qué te interesa tener uno?:*  
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-podcast>

Villaseñor, S. (18 de octubre de 2018). *Elle. Recuperado el 14 de agosto de 2019, de Por qué la nostalgia es la tendencia más fuerte de la última década*:  
<https://elle.mx/moda/2018/10/18/nostalgia-de-moda-jovenes/>

## 6. ANEXOS

## Anexo 1. Público objetivo.



Gráfica tomada el 3 de julio del año 2019

## Anexo 2. Redacción de cobertura.

### Reglas de coberturas:

1. Usar los hashtags (estos siempre al final), acompañado del hashtag del evento, el cual podría ir dentro del párrafo.
2. Siempre poner imágenes (a excepción de batallas reales, salvo por los primeros en entrar, debuts, entrantes sorpresas y el ganador).
3. Preferiblemente, imágenes de buena calidad.

### Formato de cobertura:

(TITULAR: AJ STYLES GANA EL CAMPEONATO DE LA WWE).

En el evento estelar de #Wrestlemania, AJ Styles hizo tal.....

(Breve opinión de la pelea, en caso sea necesario).

#XXX (siglas de la compañía en cuestión) #Luchamaniacs #Aquantelalucha.

(Nick)

Gráfica sacada de uno de nuestros drives grupales donde ponemos en claro cómo es que se deben escribir las coberturas.

## Anexo 3. Acreditación de prensa al evento “WWE en Lima”

## Acreditaciones Live Event WWE Perú Recibidos x



**Patricia Franco** <pfranco@cuadrante.com.mx>  
para Cco:mi

sáb., 24 ago. 13:13 (hace 9 días) ☆ ↶ ⋮

Buen día, estimado periodista.

En adjunto te comparto un mapa de cómo llegar al venue y porque puerta deben de ingresar.

Todos los medios se pueden acreditar con  
deben de llevar su DNI.

él va a estar acreditando desde las 6:30pm hasta las 7:45pm, por favor recuerden que

Saludos cordiales.



**Patricia Franco**

**Ejecutiva de cuenta**

Tel. (+52 55) 4444 0555 ext. 224

Cel. (044) 55 41421282

[pfranco@cuadrante.com.mx](mailto:pfranco@cuadrante.com.mx)

[www.cuadrante.com.mx](http://www.cuadrante.com.mx)

## Anexo 4. Video “Luchamaniacs en “WWE en Lima””



**Luchamaniacs**

28 de agosto a las 09:00 · 🌐

Les compartimos un video de lo que fue la primera hora del show de la WWE en Lima, Perú. El equipo de Luchamaniacs tuvo el privilegio de vivir en primer fila este tremendo espectáculo 🙌

“WWE en Lima” fue un evento organizado por Move Concerts Perú. De igual modo, agradecemos a la WWE por habernos permitido cubrir este show.

#WWEenLima #Luchamaniacs #Aguantelalucha



873

Personas alcanzadas

147

Interacciones

[Promocionar publicación](#)

👍❤️ 39

7 veces compartido

[Link para ver el video.](#)

## Anexo 5. Redacción de noticias.

### Reglas de noticias:

1. Las noticias se publicarán como mínimo 2 veces al día.
2. El horario de publicación como preferencia se hará entre las 7 y las 9 de la noche.
3. Las noticias urgentes se buscarán publicar durante el mismo tiempo del anuncio.
4. Las noticias siempre debe ir acompañada de la fuente. (Ejemplos: “Según The Wrestling Observer...” o “Fuente: Wrestling Observer.”).
5. El titular siempre debe ir en mayúsculas.
6. Siempre poner los hashtags (#Luchamaniacs y #Aguantelalucha) al final de la publicación.
7. Corroborar las fuentes y publicar noticias REALES. En caso la noticia publicada sea un rumor falso, aclararlo al instante.
8. En caso de publicar memes, no excederse (previa consulta en el chat).

### Formato de publicación.

(TITULAR)

(5 párrafos como máximo, bien redactados. SIN FALTAS ORTOGRÁFICAS).

(En caso sea necesario, preguntas interactivas).

Fuente: XXXXXXXX

#XXX #Luchamaniacs #Aguantelalucha

## Anexo 6. Excel de cumpleaños.

CUMPLEAÑOS DE LUCHADORES PERTENECIENTES A LA NEW JAPAN PRO WRESTLING						
Nombre artístico	Nombre real	Lugar de nacimiento	Mes y día de nacimiento	Año de nacimiento	Logro más importante	
Bad Luck Falle	Fale Simitaitoko	Tonga	8 de enero	1982	Campeón Intercontinental de la IWGP	
Yujiro Takahashi	Yujiro Takahashi	Japón	13 de enero	1981	Campeón en pareja de la IWGP	
Manabu Nakanishi	Manabu Nakanishi	Japón	22 de enero	1967	Campeón mundial de la IWGP	
EVIL	Takaaki Watanabe	Japón	26 de enero	1987	Campeón en pareja de la IWGP	
Sanada	Seiya Sanada	Japón	28 de enero	1988	Campeón en pareja de la IWGP	
Tajiri Ishimori	Tajiri Ishimori	Japón	10 de febrero	1983	Campeón junior de la IWGP	
Gedo	Keiji Takayama	Japón	20 de febrero	1969	Campeón en pareja junior de la IWGP	
Hikuleo	Taula Fifita	Estados Unidos	7 de febrero	1991	Parte del Bullet Club	
Lance Archer	Lance Vance Hoyt	Estados Unidos	28 de febrero	1977	Campeón en pareja de la IWGP	
Chase Owens	Chase Owens	Estados Unidos	7 de marzo	1990	Campeón junior de la NWA	
Matt Jackson	Matthew Massie	Estados Unidos	13 de marzo	1985	Campeón en pareja de la IWGP	
Hirai Kawato	Hirai Kawato	Japón	13 de marzo	1997	Excursión en CMLL	
Taichi	Taichiro Maki	Japón	19 de marzo	1980	Campeón Never Openweight	
Hiro Yoshi Tenzan	Hiro Yoshi Yamamoto	Japón	23 de marzo	1971	Campeón mundial de la IWGP	

## Anexo 7. Excel de efemérides.

EDICIONES PASADAS DE WRESTLEMANIA							
EDICIÓN DEL PPV	FECHA DEL EVENTO	AÑO	CIUDAD	RECINTO	ASISTENCIA	LUCHADORES	
Wrestlemania 1	31 de marzo	1985	New York	Madison Square Garden	19121	Hulk Hogan & Mr T cor	
Wrestlemania 2	7 de abril	1986	New York Chicago Los Angeles	Nassau Veterans Memorial Coliseum Rosemont Horizon Los Angeles Memorial Sports Arena	40085 (Combinado)	Hulk Hogan c	
Wrestlemania 3	29 de marzo	1987	Pontiac, Michigan	Pontiac Silverdome	93173	Ricky Steambo	
Wrestlemania 4	27 de marzo	1988	Atlantic City, New Jersey	Historic Atlantic City Convention	19199	Randy Sava	
Wrestlemania 5	2 de abril	1989	Atlantic City, New Jersey	Atlantic City Convention Hall	18946	Hulk Hogan	
Wrestlemania 6	1 de abril	1990	Toronto, Ontario Canadá	SkyDome	67678	Hulk Hogan cor	
Wrestlemania 7	24 de marzo	1991	Los Angeles, California	Los Angeles Memorial Sports Arena	16158	Hulk Hogan	
Wrestlemania 8	5 de abril	1992	Indianapolis, Indiana	Hossier Dome	62167	Hulk Hoga	
Wrestlemania 9	3 de abril	1993	Paradise, Nevada	Caesars Place	16891	Bret Har	
Wrestlemania 10	20 de marzo	1994	New York	Madison Square Garden	18065	Bret Hart	
Wrestlemania 11	2 de abril	1995	Hartford, Connecticut	Hartford City Center	16305	Lawrence Taylor	
Wrestlemania 12	31 de marzo	1996	Anaheim, California	Arrowhead Pond of Anaheim	18853	Ironman Match entr	

## Anexo 8. Seguidores de la página antes del anuncio.

Total de seguidores de la página hasta hoy: 7.051



### Anexo 9. Anulaciones de la página en la primera etapa



### Anexo 10. Anulaciones de la página en el 2019.



### Anexo 10. Alcance “Wrestlemania” año 2018.





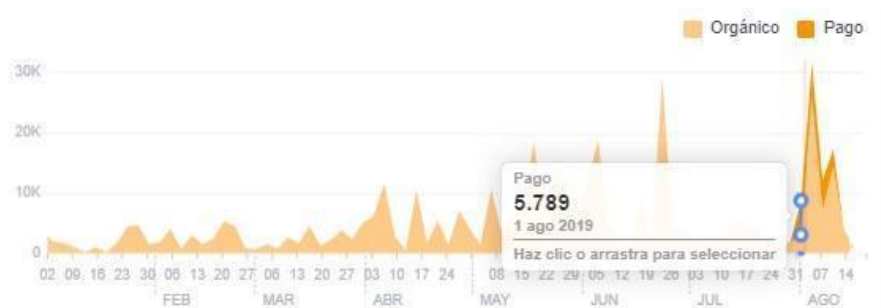
**Anexo 12. Alcance “WWE Stomping Grounds”**



**Anexo 13. Alcance “TripleMania”**



**Anexo 14. Alcance pagado 2019.**



**Anexo 15. Reacciones “The Greatest Royal Rumble”**



### Anexo 16. Estadísticas video trailer “WrestleMania Weekend”

**Luchamaniacs: TRAILER COBERTURA LUCHAMANIACS...**  
 LUCHAMANIACS ANUNCIA SUPER COBERTURA PARA LA SEMANA DE WRESTLEMANIA. Luchamaniacs, como sabrán, esta semana que viene es muy importante para todos nosotros, ya que estamos bastante cerca de Wrestlemania y co...

0:46 · Subido el 28/03/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

**Rendimiento de tu publicación** ⓘ

⌚ Minutos reproducidos	155 >
📺 Reproducciones de video de 1 minuto	-- >
📺 Reproducciones de video de 10 segundos	187 >
📺 Reproducciones de video de 3 segundos	427 >
⌚ Tiempo promedio de reproducción del video	0:05 >
📊 Retención del público	>
👤 Público e interacción	>

### Anexo 17. Fondos de pantalla “Luchamaniacs”

