

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **PODCAST DEDICADO A LA TEMÁTICA DE LA LUCHA LIBRE PROFESIONAL: CASO LUCHAMANIACS EL PODCAST**

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

**Luis Andres Lau Bardi**


**Código 20100589**

**Asesor**

**Alberto Matssura Sonoda**

Lima – Perú  
Agosto de 2020





**PODCAST DEDICADO A LA TEMÁTICA DE  
LA LUCHA LIBRE PROFESIONAL: CASO  
LUCHAMANIACS EL PODCAST**

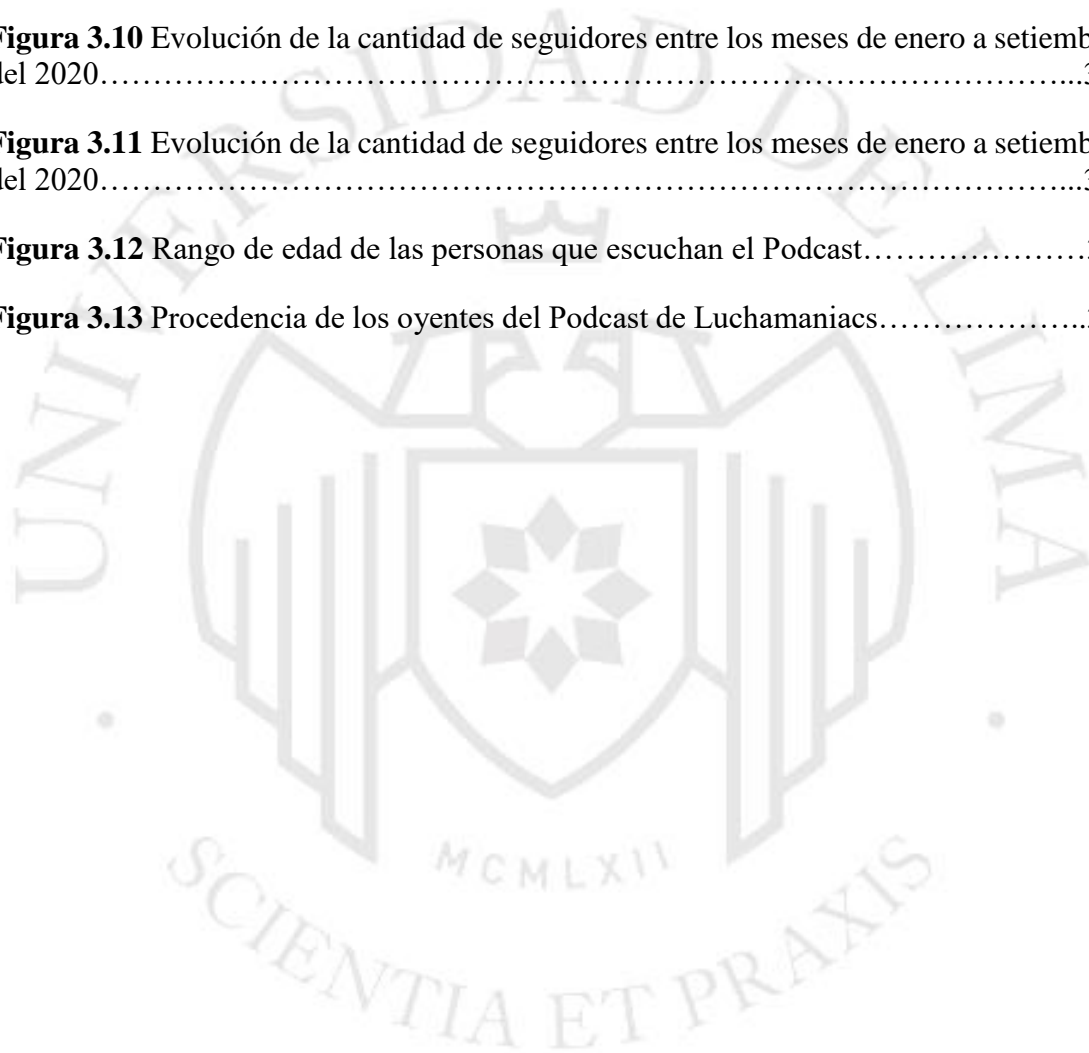
# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO</b> .....	4
1.1 Sobre la lucha libre.....	4
1.2 Algunas referencias del formato Podcast .....	6
1.3 Competencia .....	11
<b>2. REALIZACIÓN O INTERVENCIÓN</b> .....	15
2.1 Personajes del Podcast.....	15
2.2 Los primeros episodios.....	17
2.3 El desarrollo del Podcast con la pandemia.....	19
<b>3. LOGROS Y RESULTADOS</b> .....	30
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS</b> .....	38
4.1 Elaboración del Podcast.....	38
4.2 El Podcast en la cuarentena.....	38
4.3 Invitados .....	39
4.4 Expansión a más plataformas.....	40
<b>REFERENCIAS</b> .....	41
<b>ANEXOS</b> .....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.1</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Superkick.....	6
<b>Figura 1.2</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Superkick en Spotify.....	7
<b>Figura 1.3</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Lucha Jobbers en Spotify.....	8
<b>Figura 1.4</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Suplex en Spotify.....	9
<b>Figura 1.5</b>	Plantilla de uno de los episodios de Twitch de Royal Wrestling con la participación de Luchamaniacs.....	10
<b>Figura 1.6</b>	Portada del Canal de YouTube de Moloko Podcast.....	11
<b>Figura 1.7</b>	Portada del Canal de YouTube de DLK Wrestling Podcast Latinoamerica.....	12
<b>Figura 1.8</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Wrestling & Punto en Spotify.....	13
<b>Figura 1.9</b>	Plantilla de la sección de Podcast de Lucha Trucha en Spotify.....	14
<b>Figura 2.1</b>	Plantilla de Spotify durante el primer mes.....	21
<b>Figura 2.2</b>	Interfase de los primeros episodios del Podcast .....	22
<b>Figura 2.3</b>	Plantilla de Luchamaniacs en Spotify.....	23
<b>Figura 2.4</b>	Titulares de los episodios del Podcast en la actualidad.....	24
<b>Figura 2.5</b>	Primera portada de Luchamaniacs.....	25
<b>Figura 2.6</b>	Segunda portada de Luchamaniacs.....	26
<b>Figura 2.7</b>	Tercera portada de Luchamaniacs.....	26
<b>Figura 2.8</b>	Transmisión en vivo de Luchamaniacs posterior a un evento.....	27
<b>Figura 2.9</b>	Transmisión en vivo de Luchamaniacs posterior a un evento.....	28
<b>Figura 2.10</b>	Transmisión de Podcast en vivo con el luchador peruano Reptil.....	29
<b>Figura 3.1</b>	Programa de Twitch con Laus como invitado.....	30
<b>Figura 3.2</b>	Último programa donde Luchamaniacs participó con Royal Wrestling en noviembre.....	31
<b>Figura 3.3</b>	Cantidad de likes y seguidores.....	31
<b>Figura 3.4</b>	Impacto de la publicación sobre entrevista al luchador Reptil.....	32
<b>Figura 3.5</b>	Impacto del penúltimo programa realizado solo en formato audio de Luchamaniacs.....	32

<b>Figura 3.6</b> Impacto en Twitter del último episodio únicamente en formato audio de Luchamaniacs.....	33
<b>Figura 3.7</b> Primer episodio en formato audiovisual de Luchamaniacs en YouTube con “Suplex” .....	34
<b>Figura 3.8</b> Estadísticas en relaciones a las personas que vieron los episodios y dieron calificación entre enero y setiembre del 2020.....	35
<b>Figura 3.9</b> Evolución de la cantidad de oyentes entre los meses de enero a setiembre del 2020.....	35
<b>Figura 3.10</b> Evolución de la cantidad de seguidores entre los meses de enero a setiembre del 2020.....	36
<b>Figura 3.11</b> Evolución de la cantidad de seguidores entre los meses de enero a setiembre del 2020.....	36
<b>Figura 3.12</b> Rango de edad de las personas que escuchan el Podcast.....	37
<b>Figura 3.13</b> Procedencia de los oyentes del Podcast de Luchamaniacs.....	37



## RESUMEN

El podcast de Luchamaniacs es un proyecto derivado de la página peruana de lucha libre “Luchamaniacs” que nace con el objetivo de lograr un mayor acercamiento con los aficionados de este deporte espectáculo en distintas plataformas, comenzando con las enfocadas en programas de audio escucha como Spotify y en audiovisuales como YouTube o Facebook. En el presente informe se relata cómo se decidió por iniciar con el formato así como los logros obtenidos y las lecciones aprendidas en el proceso.

**Palabras clave: Podcast, Lucha Libre, Contenidos, Audiencias, Noticias, Entrevistas**



## ABSTRACT

Luchamaniacs the Podcast is a project derivative from the Peruvian fanpage “Luchamaniacs” that was born with the goal to obtain a closer approach with the fans from this type of sports entertainment in different platforms starting with radio programs as Spotify. The purpose of this report is to inform why we choose to start with this podcast format to gain a better approach with our followers also the results and learned lessons in this process.

**Keywords: Podcast, Wrestling, Contents, Hearings, News, Interviews.**





# INTRODUCCIÓN

Luchamaniacs el podcast, es un proyecto creado en el mes de febrero del año 2020 derivado de la página de lucha libre peruana Luchamaniacs (2015) que fue lanzada por tres estudiantes de Comunicación de la Universidad de Lima, con el propósito de publicar noticias relacionadas al wrestling<sup>1</sup> internacional y nacional, enfocándose en empresas importantes de Estados Unidos como la World Wrestling Entertainment (WWE), All Elite Wrestling (AEW), Impact Wrestling (antes TNA), Ring of Honor (ROH); en Japón con New Japan Pro Wrestling (NJPW), Pro Wrestling NOAH; en México con el Consejo Mundial de Lucha Libre (CMLL), Lucha Libre AAA y en Perú con organizaciones como GLL, “Gladiadores” y en el pasado con LWA junto con la desaparecida Imperio Lucha Libre.

Esta Fan page lanzaba noticias sobre las empresas mencionadas en el párrafo anterior, así como curiosidades, encuestas de opinión, “memes” y en algunos casos videos que, sumados a la forma en la que se compartían las publicaciones por los tres fundadores, se pudo alcanzar un total de más de 10000 “me gusta” y seguidores únicamente de forma orgánica. Por temas laborales de dos de los administradores, se realizó una pauta<sup>2</sup> considerable donde se llegó a más de 11000 y en la actualidad la página cuenta con 12682 “me gusta” y 12884 seguidores.

Sin embargo; debido al mes de licencia de los dos fundadores mencionados, el uso de la pauta y al cambio de normas en la red social de Facebook, las publicaciones de la fan page perdieron impacto, lo que generó incertidumbre al comparar las reacciones de páginas aliadas como “Los Lucha Jobbers” en México o de “Súplex” en Chile que cuentan con menos seguidores, pero cuyas publicaciones tenían mayor impacto que las de Luchamaniacs.

Analizando la calidad de sus publicaciones, y lo que hacían aparte, se llegó a la conclusión de que Luchamaniacs, como página, se había estancado, por lo que se buscaron y analizaron soluciones para lograr una renovación en la página donde se concluyó que el incremento en la red social Facebook fue inversamente proporcional al

---

<sup>1</sup> Wrestling es una forma de decir Lucha Libre en inglés que es un término que se utilizará en esta presentación.

<sup>2</sup> Se invirtió en Facebook para obtener mayor alcance.

que se tenía en otras plataformas como Instagram, Twitter, Twitch, YouTube o Spotify; de hecho, Luchamaniacs contaba ya con algunas cuentas en las plataformas mencionadas, pero, a diferencia de la página de Facebook, estas no habían sido actualizadas en más de tres años. Por esto último, se optó por elegir tres plataformas para comenzar con un proceso de expansión adecuado siendo las elegidas Twitter, Spotify y posteriormente YouTube creando a “Luchamaniacs el Podcast” que son publicaciones de carácter digital y periódico, que posteriormente serían también audiovisuales. Este podcast trata acerca de los acontecimientos en la lucha libre, así como tener a invitados de páginas aliadas y entrevistas con luchadores del ámbito peruano con el propósito de impulsar esta práctica en el país. Este proyecto, que comenzó en febrero del año 2020, ha logrado una renovación en Luchamaniacs como página que va acorde a las conclusiones del proyecto presentado por Cristian Espinoza y Mario Acha acerca del mismo, donde la persona que realiza el presente trabajo se encargó de la producción, edición y lanzamiento de los episodios del nuevo programa de la Fan Page.

A continuación, se muestran los materiales del proyecto realizados en Spotify y en YouTube. Asimismo, los enlaces de episodios de la página española Royal Wrestling donde se tuvo a miembros de Luchamaniacs como invitados. Esta página en YouTube coloca fragmentos de su programa principal de Twitch<sup>3</sup>

**Link de Spotify (Programas realizados de febrero a Setiembre del 2020):**

<https://spoti.fi/372zO0h>

**Link de los primeros episodios del Podcast llevados a YouTube**

<https://www.youtube.com/watch?v=Xc5wHTRVqws>

<https://www.youtube.com/watch?v=8PkFLNmYzAU&t=1135s><sup>4</sup>

**Link de los programas colaborativos con “Royal Wrestling” en su canal de Twitch y fragmentos de los mismos en YouTube**

<https://www.twitch.tv/videos/798501053?filter=all&sort=time>

<https://www.youtube.com/watch?v=sW0vDqWhwzw&t=566s>

---

<sup>3</sup> No se han colocado los enlaces de los episodios de Royal Wrestling en Twitch porque estos desaparecen de la página luego de algunas semanas por lo que se muestran fragmentos en YouTube.

<sup>4</sup> Debido a problemas con una de las filmaciones, este video tuvo que ser retirado temporalmente únicamente de YouTube, pero se mantiene en Spotify y en Ivoox.

<https://www.youtube.com/watch?v=1wqZiegBxg4&t=476s>

<https://www.youtube.com/watch?v=YQ4DfM4I27k>

<https://www.youtube.com/watch?v=SICG7epH2mU>

<https://www.youtube.com/watch?v=duRkaeGw9TE>

<https://www.youtube.com/watch?v=jHJ9H0eTX5M>

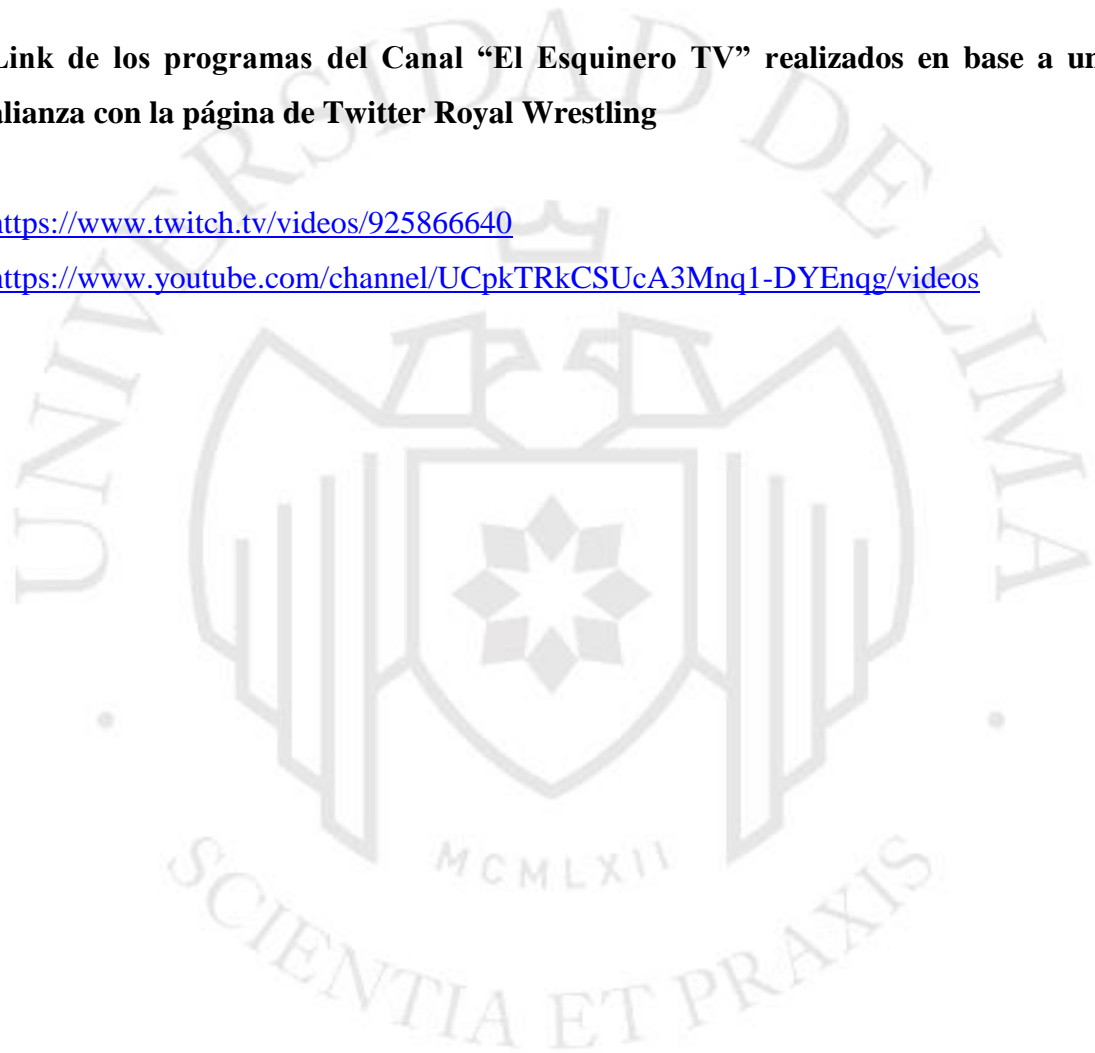
<https://www.youtube.com/watch?v=d2YBI35ROI>

[https://www.youtube.com/watch?v=tu\\_IWM4K19o](https://www.youtube.com/watch?v=tu_IWM4K19o)

**Link de los programas del Canal “El Esquinero TV” realizados en base a una alianza con la página de Twitter Royal Wrestling**

<https://www.twitch.tv/videos/925866640>

<https://www.youtube.com/channel/UCpkTRkCSUcA3Mnq1-DYEnqg/videos>



# **CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL TRABAJO**

## **1.1 Sobre la lucha libre**

En la actualidad, el deporte se ha convertido en una forma de generar dinero por medio de la publicidad, alianzas estratégicas y, por supuesto, del público que consumirá el producto. La lucha libre no es una excepción a este hecho, aunque más que un deporte lo podemos considerar, basándose en Mazer (1998) Velazquez Cornejo (2015) y Penedo (2015) como entretenimiento deportivo donde el objetivo es recrear de la forma más verídica posible un enfrentamiento cuerpo a cuerpo entre dos o más personas dentro de un ring.

Como afirma Levi (2008) la lucha libre no es un deporte en su totalidad, sino que está decorada con otros elementos para que la audiencia disfrute de lo que ve como lo son; por ejemplo, los temas de entrada personalizados de los luchadores, las vestimentas llamativas y, por supuesto, los personajes que permiten a las empresas la creación de distintas historias por un tiempo definido. Es lo que para Alampó Producciones (2015), en su documental sobre la lucha libre peruana (ver Anexo 1), llamó como la telenovela para hombres.

Desde la llegada de las redes sociales, los usuarios dejaron de ser dependientes de los medios tradicionales como la televisión, la radio o el periódico impreso, ya sea para noticias de la política como para los deportes, con el fin de utilizar plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Spotify y recientemente Twitch. Esto generó que se convirtieran en audiencias activas que crean contenido sin la necesidad de pertenecer a una empresa importante de comunicaciones, para hablar de distintos temas en base a sus gustos como pueden ser el futbol, la música o la lucha libre (como lo es este proyecto).

En el ámbito de la lucha libre vemos en YouTube a canales como Watch Wrestling, Falbak o Superkick Tv que, con estilos particulares, crean videos de wrestling

sobre recuerdos, tops, análisis de eventos pasados, o algunos entrando en el mundo de los podcasts, como es el caso del último mencionado.

Debemos mencionar que, en el Perú, la relación de personas que escuchan podcast ha aumentado en los últimos años, superando a países como Ecuador y acercándose a la base de Colombia y Chile. De hecho, en el 2019, un estudio de la empresa Redmas (2019) encontró que el 60% de los internautas consumen audio digital y el 20% escucha Podcast siendo el rango de edad entre los 25 y 40 años como el más alto.

Entre los primeros programas en formato podcast en el Perú podemos destacar a “No lo hagas” de César Soplín, Carla Ciurlizza y Francisco Canaza (2005), “Tiempos interesantes” también con César Soplín junto a Alexis Bellido (2006) y “Manucast” de Manuel Linares (2006). Asimismo, debemos destacar a los programas que mantienen su vigencia luego de más de ocho años de creación como es el caso de “Wilson Podcast” (2011) y Parallax (2012). No obstante, uno de los mayores referentes en el país en relación a este tipo de formatos, ya que propició la creación de diversos podcast en el Perú, es “El Langoy” (2014) que fue fundado por cuatro profesionales siendo: Fátima Atoche – Abogada -, Óscar Soto – Periodista -, Carlos Wertheman – Fotógrafo – y Felipe Davis – Comunicador audiovisual – quienes tuvieron el apoyo del reconocido blog de noticias Útero.pe que les brindó el espacio para la emisión de sus programas donde hablaban acerca de la coyuntura nacional y la cultura pop.

Asimismo, otros podcast que se pueden destacar en el ámbito de los videojuegos son “Control Crítico”, “Más Gamers”, sobre series de televisión como “Geekeados” o “El Stream Mató al cable”, “Arenales Podcast” entre otros. Entrando en el mundo de la lucha libre, destacan podcasts como “Lucha Trucha” realizado por miembros de la empresa peruana GLL donde han entrevistado a luchadores nacionales y extranjeros, y analizan lo que sucede en la WWE; a “DLK Wrestling Latinoamérica”, quienes a diferencia de los primeros que se enfocan en Spotify, Anchor y Google Podcast, elaboran sus transmisiones y análisis en YouTube donde ya cuentan con 2000 suscriptores desde su creación en el año 2017 y hablan de empresas como NJPW o AEW, pero la mayoría de su público prefiere lo relacionado con la WWE. “A Ras de Lona” que es un podcast creado en el año 2014 por Alessandro Leonardo Vladiglesias que habla también sobre temas de la WWE aunque suele hablar de sus primeras experiencias como fan y de eventos antiguos de la WCW contando, en la actualidad, con 794 episodios disponibles en la plataforma de Ivoox. “Mullet Club” fundado en el 2016 por Gonzalo Rojas que es el primer programa de wrestling dentro de la plataforma de Estados Unidos Libsyn donde

habla acerca de la WWE y de la lucha libre en el Perú. “La mesa de Micky y Mingo” del año 2017 creado por los célebres comentaristas de wrestling en el Perú Micky Bane y Domingo Govea quienes se hicieron conocidos por ser parte de empresas nacionales como la “LWA”, “Imperio Lucha Libre” y “Gladiadores” en la actualidad; en su programa suelen entrevistar a luchadores del territorio local; no obstante, su última emisión en Spotify data del mes de enero del año 2018. “El Martinete” fundado en el 2019 por Fito Bustamente quien es director creativo de la empresa peruana GLL quienes en los últimos meses han logrado llevar sus shows a Estados Unidos; de hecho, en algunos episodios de este podcast hablan sobre esta expansión. “La Mesa de Gladys” del 2020 que es el podcast oficial de la empresa Gladiadores donde comentan los eventos y entrevistan a los luchadores de la compañía; sin embargo, su último episodio se realizó en el mes de diciembre del año 2020. Finalmente, destaca el caso de “Wrestling y Punto” de “HeltonTheGame”, un reconocido proveedor de artículos de lucha libre en el país con un puesto en el centro comercial “Polvos Azules” en Lima desde hace más de 15 años, quien en el 2020 decidió expandirse, aprovechando su base de seguidores en Facebook e Instagram, para adentrarse en Spotify donde toca temas de la WWE y de otras empresas conocidas como AEW, ROH o Impact Wrestling antes conocida como TNA.

Para poder realizar este proyecto, se discutió acerca del estilo que se iba a tener. Se deseaba informativo y analítico, pero sin ser un espacio que se considerara aburrido; es decir, lograr un punto medio entre el humor, lo ameno y lo informativo que, llevándolo al mundo de la televisión nacional, se imaginó en algo al estilo de “Cinescape”, entre los años 2004 al 2012, donde el conductor Bruno Pinasco interactuaba con los que estaban detrás de escena sin perder el objetivo del programa que era la información. Es por ello, que para la creación del podcast de Luchamaniacs, los fundadores se inspiraron en el contenido y el formato de otros programas relacionados a la lucha libre, tanto de Perú, como a nivel internacional, y de canales que no necesariamente hablaran del tema, pero su estilo se acercaba a lo que se deseaba realizar.

## 1.2 Algunas referencias del formato podcast

### SuperKick Tv Lucha Libre Podcast:

Al igual que a lo que nosotros queremos llegar, este podcast es un derivado del producto original. “Superkick” es un canal de YouTube de México que analiza los eventos de lucha libre, hace tops, pero con un formato más serio que los anteriores mencionados. En la actualidad cuenta con 151000 suscriptores y, como una forma de variar su contenido, crearon una sección de podcast donde hablan por 1 hora o más acerca de la situación de la lucha libre en México o de la WWE que es lo que más consume su público. El podcast lo publican en YouTube, en Spotify y en Ivoox aunque la mayor parte de su audiencia la tienen en la primera red mencionada.

<https://www.youtube.com/watch?v=4Ro2xZ4mEoY>

<https://spoti.fi/3lMaYqT>

### Figura 1.1

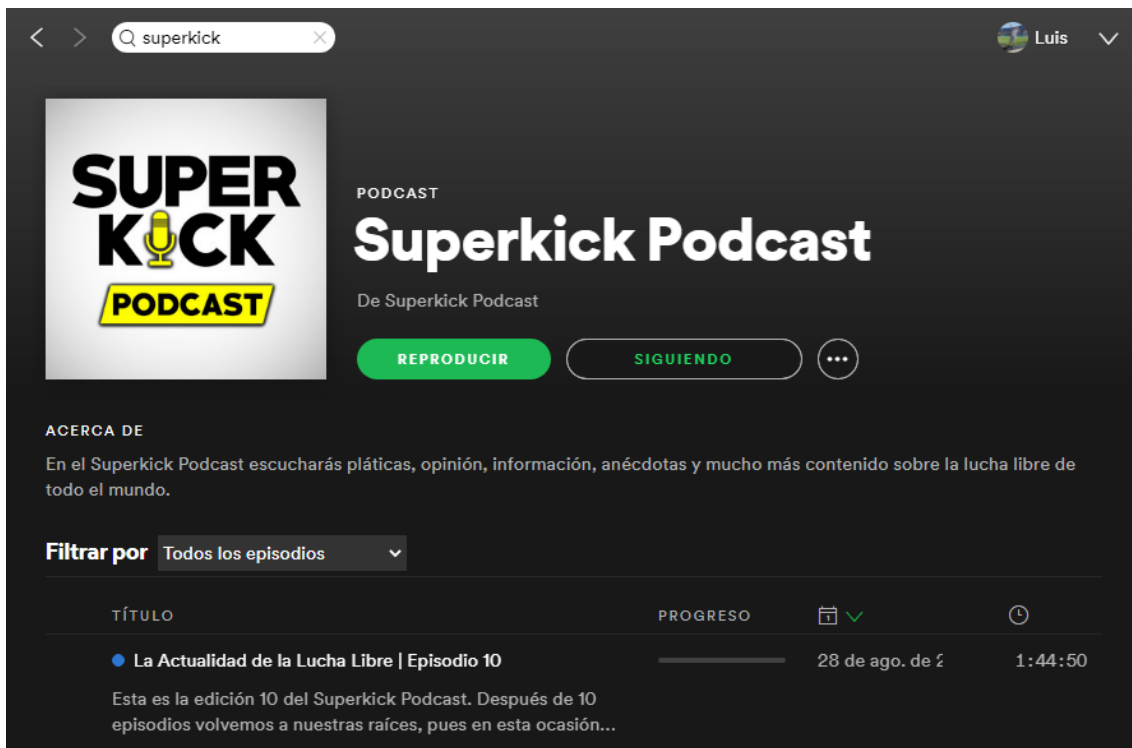
*Plantilla de la sección de Podcast de Superkick*



Fuente: Canal SuperkickTv Lucha Libre YouTube

**Figura 1.2**

*Plantilla de la sección de Podcast de Superkick en Spotify*



Fuente: Superkick Podcast Spotify

### **Lucha Jobbers:**

Aliados de Luchamaniacs, Lucha Jobbers es una página mexicana que el año pasado comenzó a realizar podcasts en páginas como Itunes y Spotify, donde son mayormente escuchados; o Ivoox, donde tienen 149 seguidores. A diferencia de otras páginas, ellos no se enfocan en la WWE, que es la empresa más importante a nivel mundial, sino en todo lo relacionado con Japón, México o la escena independiente. De vez en cuando tienen entrevistas con luchadores de la CMLL o de Lucha Libre AAA.

Su estilo de podcast es similar al de “Superkick Tv” solo que mucho más informativo: sus programas pueden superar incluso los 60 minutos donde la persona únicamente habla sin música de fondo. Es para un público totalmente nicho porque no toca temas tan comerciales.

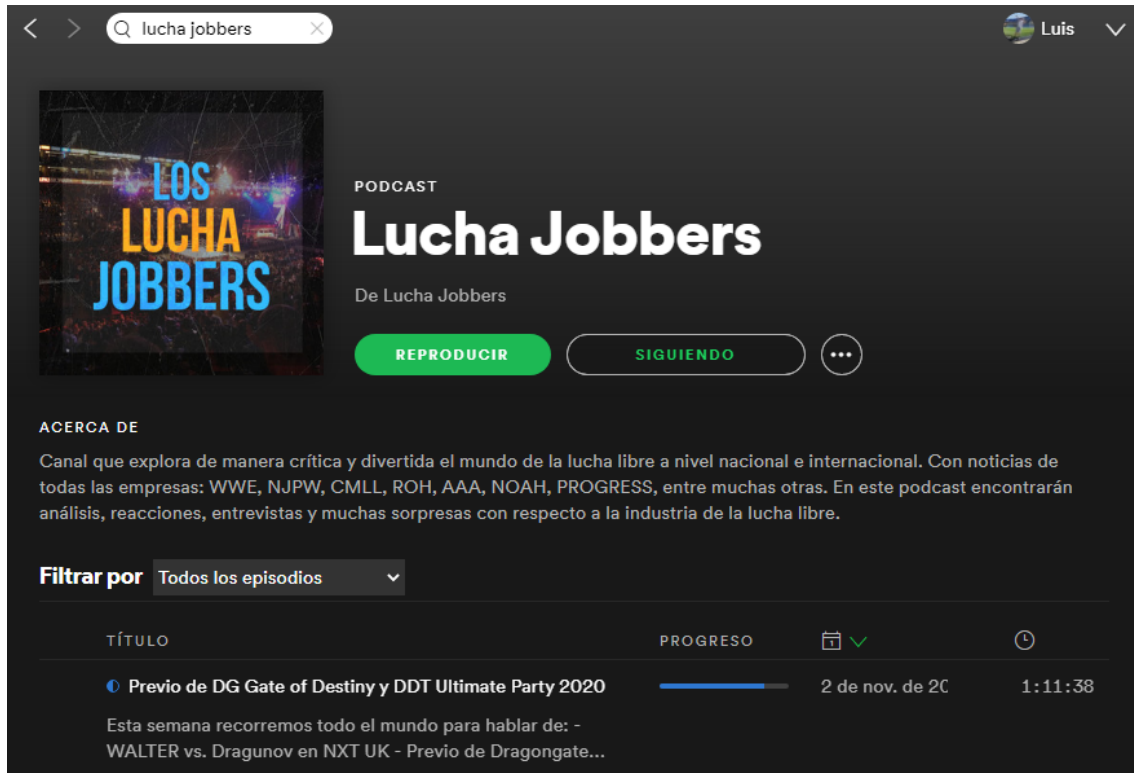
<https://spoti.fi/3okNXge>

<https://bit.ly/39H2leN>



**Figura 1.3**

*Plantilla de la sección de Podcast de Lucha Jobbers en Spotify*



Fuente: Lucha Jobbers en Spotify

### **Suplex:**

Al igual que “Lucha Jobbers”, esta página de origen chileno también es aliada de Luchamaniacs que, desafortunadamente y por motivos de la pandemia mundial, han tenido que parar con sus transmisiones en Spotify hasta que todo esté más controlado. Su estilo es como el de una conversación entre amigos donde hablan acerca de sus experiencias en eventos como Wrestlemania, análisis de shows de wrestling y entrevistas con grandes personalidades del deporte como Guanchulo, luchador chileno que destaca en Japón, o Hugo Savinovich reconocido comentarista de lucha libre.

<https://spoti.fi/3osiqZT>

<https://bit.ly/3lGz71P>

**Figura 1.4**

*Plantilla de la sección de Podcast de Suplex en Spotify*



Fuente: Suplex en Vivo en Spotify

### **Royal Wrestling:**

A diferencia de las anteriores, esta página de España no cuenta con una fan page en Facebook. Ellos han hecho su fama en Twitter donde cuentan con 18288 seguidores, publican noticias, hacen sorteos, entre otros; sin embargo, al igual que Luchamaniacs, tuvieron un estancamiento en la red por lo que decidieron variar el contenido con un podcast, pero con la particularidad de hacerlo en vivo por medio de la red social Twitch a partir del año 2020 donde ya cuentan con más de 1000 seguidores y en el que Luchamaniacs tiene la oportunidad de trabajar como colaboradores permanentes<sup>5</sup>.

<https://www.twitch.tv/royalwrestling>

<https://bit.ly/3mKd8II>

<sup>5</sup> En el 2020, Luchamaniacs fue invitado a distintos programas de Royal Wrestling en Twitch; sin embargo, a partir de la renovación de su programa, renombrándolo “El Esquinero TV”, ambas páginas decidieron que el programa sea de ambas hasta la actualidad.

## Figura 1.5

*Plantilla de uno de los episodios de Twitch de Royal Wrestling con la participación de Luchamaniacs*



Fuente: Royal Wrestling Twitch

### **Moloko Podcast:**

Video Podcast realizado por Carlos Orozco y Hugo Lezama, quienes se juntan en un estudio para conversar sobre distintos temas de la coyuntura nacional o sobre la noticia importante del día relacionada a la política, el deporte, el espectáculo, el cine, etc. Previo a la pandemia del Covid-19, ellos solían grabar en un estudio profesional ambientado como una sala; sin embargo, con la cuarentena decidieron continuar con las emisiones desde sus casas por video llamada zoom.

Los episodios los suben a plataformas como Spotify y YouTube donde cuentan con 58.800 suscriptores junto al auspicio del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). También poseen cuentas en Facebook e Instagram, aunque solo las usan para mostrar fotos cuando graban o para anunciar los episodios nuevos.

Su estilo de programa es como una conversación entre amigos que no llega a ser tan exagerada como los locutores de radio, pero tampoco muy seria; es decir, mantienen un equilibrio entre la seriedad y el humor. Predomina en su careta el color verde agua y

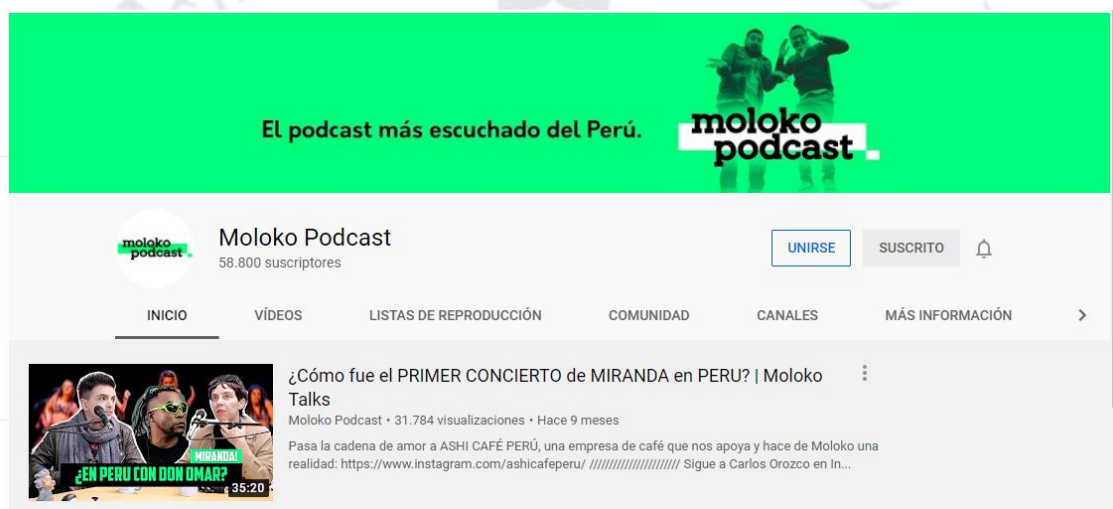
sus programas tienen una duración entre 20 a 40 minutos, aunque cuando son entrevistas pueden pasar la duración de una hora como en uno de sus episodios donde entrevistaron al ex futbolista Luis “El Cuto Guadalupe”.

<https://bit.ly/3mKdSO0>

<https://spoti.fi/3ggcvnH>

## Figura 1.6

*Portada del Canal de YouTube de Moloko Podcast*



Fuente: Moloko Podcast en YouTube

## 1.3 Competencia

En párrafos anteriores ya se había mencionado algunos programas relacionados a la lucha libre emitidos en Perú y en Latinoamérica, pero en relación a una competencia directa para Luchamaniacs se pueden destacar estos canales:

### **DLK Wrestling Latinoamérica:**

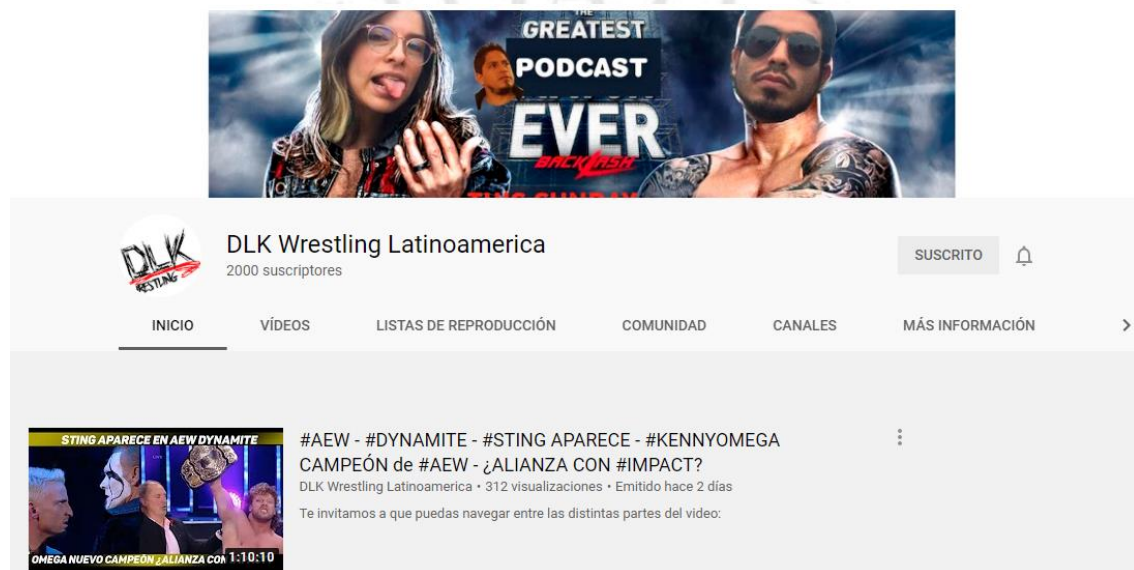
Canal Peruano fundado en el año 2017 que en la actualidad cuenta con más de 2000 suscriptores en YouTube y en su Fan Page posee 5425 me gusta y 5794 seguidores. Al igual que Luchamaniacs, esta página realiza sus episodios como una conversación entre

dos o más personas; no obstante, ellos, desde sus inicios, se enfocaron en hacer video podcast; es decir, no solo utilizaban el audio sino también el video donde, por lo general, tratan los temas relacionados a la WWE aunque de vez en cuando discuten acerca de AEW o NJPW.

<https://bit.ly/33Mn79c>

### Figura 1.7

*Portada del Canal de YouTube de DLK Wrestling Podcast Latinoamerica*



Fuente: DLK Wrestling Latinoamerica en YouTube

### Wrestling & Punto:

Este espacio también fue creado en el año 2020 por un referente en la lucha libre de Perú “Helton” quien, como se mencionó al inicio de este apartado, es conocido por ser dueño de una tienda en el centro comercial “Polvos Azules” en Lima, Perú donde vende artículos originales de la WWE como polos, videos, máscaras, entre otros. Similar al estilo de Lucha Jobbers en México, Helton analiza algunos acontecimientos de la lucha libre, pero con la diferencia de enfocarse en temas nostálgicos; por ejemplo, épocas pasadas de la WWE, TNA, los mejores momentos de un luchador determinado, etc. Los

episodios se pueden encontrar en plataformas como Spotify, Anchor, Google Podcast y Apple Podcast.

<https://spoti.fi/39MmeRQ>

**Figura 1.8**

*Plantilla de la sección de Podcast de Wrestling & Punto en Spotify*



Fuente: Wrestling & Punto en Spotify

### **Lucha Trucha:**

Programa creado en junio del 2019 por algunos luchadores y trabajadores de la empresa peruana de wrestling GLL, donde tratan temas relacionados a la lucha libre internacional, enfocándose, particularmente, a la WWE. Su estilo de programa es como una conversación donde los conductores bromean entre ellos, pero sin perder el hilo del programa. Se encuentran en Spotify, Anchor, Google Podcast y Apple Podcast.

<https://spoti.fi/33NqoVt>

**Figura 1.9**

*Plantilla de la sección de Podcast de Lucha Trucha en Spotify*



Fuente: Lucha Trucha en Spotify

## CAPÍTULO II: REALIZACIÓN O INTERVENCIÓN

La idea de comenzar con una nueva propuesta para la página de lucha libre Luchamaniacs surgió durante el mes de setiembre del 2019, debido a la preocupación de un posible estancamiento dentro de Facebook, pero a pedido de dos de los fundadores se quedó en discutir la idea a finales del mes de noviembre de ese mismo año donde se analizaron las posibilidades de crear contenido en YouTube, y la oportunidad de hacer un programa de entretenimiento informativo, como un podcast que daría a los administradores la oportunidad de hablar con mayor libertad sobre sus impresiones acerca del negocio de la lucha libre tanto en la WWE, que es la compañía más popular por el público casual, como por otras empresas como NJPW, AEW, ROH, Impact Wrestling, entre otras.

Este proyecto, como se mencionó al principio de este escrito, fue impulsado por Luis Andres Lau Bardi, encargado de la gestión de redes de la página; Cristian Espinoza Torres, quien se enfocó en las relaciones con páginas aliadas y por Mario Alfredo Acha Suarez, encargado del lado audiovisual.

### 2.1 Personajes del Podcast

El Podcast debía ser informativo, pero a la vez entretenido y con interacción entre los protagonistas de cada episodio donde cada uno se pondría un apodo o sobrenombre y adquiriría una personalidad distinta a la del otro siendo las siguientes:

- **Laus:** Sobrenombre utilizado por Luis Lau que hace como el moderador y conductor principal de los episodios. Es una persona enérgica que busca derrochar alegría y simpatía en los oyentes con bromas y, en algunos casos, fastidiar a los otros protagonistas, aunque a veces no le funciona. Afirma ser fanático de ciertos luchadores y empresas con las que los otros administradores no están de acuerdo; por ejemplo, Impact Wrestling<sup>6</sup>. Él los insulta, aunque sabe que lo que ellos dicen es la verdad. Siempre inicia las emisiones diciendo “Hola, hola, hola, buenos días,

---

<sup>6</sup> Empresa Estadounidense conocida por algunas decisiones polémicas entre los aficionados, pero a la vez mantiene un grupo fiel de seguidores por lo que fue en sus inicios cuando era TNA.



buenas tardes, buenas noches o a la hora que estén escuchando este lindo podcast”. Es el que siempre se encuentra en los episodios y lidera el rumbo de los temas a tocar utilizando referencias de series, dibujos y otras aficiones suyas para hablar sobre los temas o situaciones utilizando; por ejemplo, acciones que se vieron en caricaturas de Nickelodeon de los años 90.

- **Crisho:** Este es el apodo utilizado por Cristian Espinoza, quien es el que usualmente modera los comentarios de Laus con su sano juicio y humor en doble sentido. Suele meterse con él debido a ciertas opiniones acerca de algunos luchadores, casi siempre gana en los debates, sobre todo cuando el primero quiere hablar bien de Impact Wrestling o de luchadores poco conocidos como EC3. Es la persona que presenta a los invitados y el que no se deja llevar por la pasión, aunque los resultados de ciertos combates no le gusten tanto. Se encarga de, en el caso de los programas de análisis, traer las noticias y los rumores sobre el rumbo de algunos atletas. Cuando los episodios terminan él dice la frase “Aguante la lucha nos vemos”.
- **Malas:** Personaje interpretado por Mario Acha quien fue apodado por Crisho y por Laus como su “Brock Lesnar”<sup>7</sup> debido a sus constantes ausencias en los episodios. Son contados los programas en los que ha estado, pero en los que aparece suele dar las mejores opiniones sobre la realidad del wrestling en el mundo. Su labor va más enfocada a pautear la dirección de los episodios y al diseño de las plantillas y logos que se han usado en los episodios. Al igual que Crisho, suele ganarle los debates a Laus cuando este se mete con los atletas que él admira. Debido a sus constantes inasistencias, los fundadores decidieron usarlo como una especie de gag o broma diciendo que se encuentra perdido o buscando alguna ciudad misteriosa.

Los personajes fueron creados en base a la personalidad de cada uno, pero, evidentemente, con ciertos niveles caricaturescos. Los primeros programas, a pesar del

---

<sup>7</sup> Brock Lesnar en un luchador profesional al que la WWE le da todo en relación a campeonatos y que casi nunca aparece en la programación, pero cuando lo hace genera reacción en los aficionados.

planteamiento de los personajes tuvieron algunas exageraciones y momentos donde a veces los nervios superaban las grabaciones por lo que se enfocó, como autocrítica, en mejorar la interpretación del personaje sin llegar a que las expresiones lleguen a ser pesadas para la audiencia. Una vez fijado el rumbo de cada fundador se procedió a fijar los temas y empresas de los que se hablarán. Siendo el principal punto de discusión la posibilidad de analizar únicamente sobre lo que sucede en la WWE o si se iba a incluir a otras empresas. Por lo que en los primeros programas se planteó el hablar sobre distintas noticias de la actualidad en el mundo del wrestling y amenidades relacionadas a celebraciones como el “Día de San Valentín” o los premios Oscar procurando que estos episodios no pasen de los 60 minutos que era lo que los referentes usaban como límite para sus emisiones.

## **2.2 Los primeros episodios**

Una de las trabas para poder realizar el proyecto era la ubicación de un buen estudio de grabación, los que usualmente cobran por hora o fracción, sumado a la edición del audio, la música libre de derechos de autor, el tiempo para llegar al estudio, la duración del programa para terminar en el tiempo acordado, entre otros detalles. Se analizaron posibilidades y temas para hablar hasta que en enero del 2020 se logró contactar con Angelo Pantoja Bazalar, especialista en edición de sonido y en creación de temas musicales y cortinas para programas con su propio negocio “Identidad Sonora” ubicado en el distrito de San Luis en Lima (<https://www.facebook.com/AFB-Identidad-Sonora-2433692210253086>) y que es conocido por su apodo de “Cachorro” de su época como guitarrista principal del célebre grupo de rock peruano “Los Mojarras”.

Conversando con él, que es amigo personal de uno de los fundadores, aceptó ayudarnos brindándonos el estudio de grabación y la edición del audio a cambio de que lo apoyemos en la filmación y retoques de videoclips de sus proyectos personales, que se continúa llevando a cabo hasta la fecha de escrito este apartado. Una vez fijados los detalles, (en las reuniones no había un acuerdo final en cuanto a la estructura y los temas) el 14 de febrero se grabó por primera vez en el estudio y el 15 salió el primer episodio del podcast de Luchamaniacs que, en principio, y por sugerencia de nuestro editor, se le puso como nombre “LuchaCast”, ya que la idea es que sea una variante de la marca

original, pero más adelante se descubrió que era mucho mejor que el programa tuviera el mismo nombre que la página de Facebook como se mencionará más adelante.

Primer episodio del Podcast de Luchamaniacs:

<https://spoti.fi/36KKmSH>

En este primer capítulo participaron los tres administradores de la página en el estudio de “Identidad Sonora”. Se había discutido entre los involucrados previamente la forma en la que se iba a desarrollar ese primer programa, con “Laus” siendo el que llevaría la batuta en relación a los temas del episodio; sin embargo, al ser el primer capítulo se notaron los nervios, así como los espacios en los que no se decía nada por la inexperiencia en el formato; no obstante, con el paso de los minutos los tres se fueron acoplando y lograron sacar el episodio adelante; además, gracias a la edición del estudio, esos “silencios” pasaron desapercibidos. Para cambiar los temas en ese capítulo, Laus daría una palabra clave para que Crisho y Malas reorganizaran sus ideas y el programa mantenga la ruta adecuada. Ese primer episodio tuvo una duración de 56 minutos donde se analizó el “Día de San Valentín” y la lucha libre, luchadores que aparecieron en películas en relación a la proximidad de los premios Oscar y algunas predicciones de eventos de la WWE.

Otro de los temas conversados pre grabación era acerca del nombre que iba a tener el programa donde lo único en lo que los fundadores estaban de acuerdo era en que debía tener la palabra “lucha”, pero no se llegó a un acuerdo hasta conversar el mismo día en el estudio con Angelo, el editor de audio, quien nos sugirió usar el nombre de “Lucha Cast” que quedó como el título del programa durante los primeros dos meses. Asimismo, para lograr que los episodios sean más llevaderos, el estudio les dio a los administradores una base de percusión con volumen moderado mientras se debatía en los capítulos.

Para diferenciarnos de nuestra competencia y de nuestros antecedentes, se decidió por utilizar elementos de los programas de radio y de la farándula con sonidos de fondo relacionados a la comedia lo que fue bien visto por los oyentes. Entre los efectos de sonido más usados se destacan los aplausos, los sonidos de patos, risas, fuegos artificiales, la canción de entrada, entre otros. Una vez que se definía lo que se iba a hablar se acordó con que únicamente se iba a tener una pauta y no un guion como tal, ya que el objetivo era que los conductores se mostraran como son normalmente y la pasaran bien sin algo concretamente establecido.

Otro de los inconvenientes en la elaboración de los programas en el estudio era el consenso de un horario fijo para las grabaciones, donde se acordó que sería los días miércoles a las 5:00 p.m. para culminar a las 6 de la tarde; sin embargo, los factores incontrolables como el tráfico del país, las conexiones y los trabajos de nuestro editor provocaban que los programas comenzaran más tarde de lo acordado; por fortuna, no fue impedimento para que los primeros tres episodios salieran correctamente. Para las grabaciones los audios se editaron en los programas “Cubase” y “Studio One” y nos dio la posibilidad de usar como dos micrófonos “Condenser” y uno dinámico

Para la creación y distribución de estos programas uno de los fundadores creó una cuenta en plataforma de Ivoox que sirvió para almacenar y publicar estos episodios que es la forma en la que lo hacen páginas hermanas como “Lucha Jobbers” o “Súplex” para luego distribuirlos desde esta plataforma a Spotify relacionando ambas cuentas con el mismo nombre y logo que, gracias a la facilidad de Ivoox lo que editáramos en esa página; como por ejemplo, una nueva imagen o fallas ortográficas se renovaba también en Spotify lo que hizo más fácil la evolución de la página.

Un tema a destacar era la forma en la que el programa iba a crecer en las audiencias, ya que Luchamaniacs se había caracterizado únicamente por la publicación de noticias y de vez en cuando algunos videos o intentos de transmisiones que no fueron constantes debido al poco apoyo sumado al estancamiento mencionado al inicio de esta investigación. Previo a la emergencia sanitaria se había considerado únicamente publicar los episodios en la página junto al apoyo de nuestros aliados compartiendo los programas lo que llevó a que algunos seguidores comenzaran a ver a Luchamaniacs no solo como portal de noticias sino como contenido interactivo. El plan original era conversar acerca de curiosidades de la lucha libre, como se vio en el primer episodio y de vez en cuando noticias de las empresas; no obstante, los episodios que tuvieron mayor acogido fueron donde se comentaba de un evento reciente de la WWE como lo fue el tercer episodio que se analizó un show en el país de Arabia Saudita.

A diferencia de otras aficiones como los videojuegos o el fútbol que tiene un receso en verano, con la lucha libre no sucede eso, ya que se generan programas y noticias todos los días entre buenas, malas y polémicas cuyas repercusiones pueden durar varios meses como fue el caso de las acciones de distintas compañías durante la pandemia que generaron que diversas páginas, incluyendo Luchamaniacs, tocarán únicamente este tipo de polémicas lo que generaba que la gente prefiriera escuchar noticias actuales que curiosidades por lo que se llegó al consenso de basar nuestra estrategia para hacer crecer

el podcast hablando semanalmente de lo que sucedía en la semana dentro del mundo del wrestling y solo de vez en cuando sobre curiosidades y momentos del pasado lo que, como se verá más adelante, no se realizaron mucho debido a las noticias controversiales sobretodo de la WWE y de la escena independiente británica con respecto al Coronavirus debido al famoso caso del #speakingOutMovement<sup>8</sup> que afectó a distintas organizaciones.

Con el éxito del tercer episodio del podcast hubo entusiasmo en los fundadores para preparar los programas de las siguientes semanas donde se acordó que se hablaría de lo que sucedía en los programas importantes de la WWE debido a ser los más buscados por nuestro público objetivo y en esos mismos programas tocar lo que hacían empresas de Japón como NJPW y a la recién estrenada AEW; sin embargo, la estrategia y la forma de realizar los episodios se vio afectada por un hecho fuera del control de los administradores que fue la llegada del Covid-19 al Perú y la cuarentena total de lo que se hablará con mayor claridad en el siguiente apartado.

### **2.3 El desarrollo des Podcast con la Pandemia**

Al estar todos los protagonistas en un mismo estudio, la interacción era más llevadera porque los conductores se podían observar y divertirse junto al editor durante el mes de febrero y la primera semana de marzo; sin embargo, es justamente en ese mes que se encontró un nuevo obstáculo: la pandemia del Covid-19 que provocó que el presidente del Perú de ese entonces, Martín Vizcarra, ordenara una cuarentena total por dos semanas que al final acabó extendiéndose hasta el 30 de junio del 2020.

Esta pandemia también afectó al negocio de la lucha libre en general, ya que empresas como ROH, Impact Wrestling y NJPW decidieron parar de realizar eventos durante los primeros meses, mientras que la WWE, polémicamente, decidió continuar con su programación sin público sacando adelante su evento máximo Wrestlemania con dos noches y despidiendo a más del 60% de su personal. Esto se conoce como el “Miércoles Negro”, junto a otro escándalo desatado en las redes sociales con abusos en el wrestling europeo.

---

<sup>8</sup> Este fue el Hashtag utilizado por distintas mujeres tanto del continente Europeo como del norteamericano donde acusaban haber sido víctimas de abusos sexuales por parte de distintos luchadores lo que generó que muchos de ellos tuvieran que confesar, ir a juicios y, evidentemente, dejar de luchar. <https://actualidad.rt.com/actualidad/357263-masivo-escandalo-abuso-sexual-sacude-lucha-libre>

La situación generó una pérdida de pasión en los fundadores que consideraron abandonar el proyecto y la página en general; sin embargo, quedaron en usar el espacio como “catarsis” para expresar sus sentimientos, aunque es a partir de esta situación que “Malas” comienza a ausentarse, por lo que Laus y Crisho tomaron el control del programa.

Se hizo una pausa de dos semanas, hasta regresar con los episodios el 24 de marzo mediante el WhastApp, donde Laus y Crisho, junto al editor, hacían una llamada grupal que este último grababa en su equipo para tener el audio. Como cada uno se grababa desde su casa, Laus recibía la pista y pauteaba donde debían ir los efectos y así coordinar más rápido con “Identidad Sonora”; sin embargo, cuando los efectos comenzaban a hacerse más específicos y el estudio comenzaba a tener problemas de tiempo, se optó por que el conductor del espacio usara el programa de Adobe Premier para cortar los “espacios muertos” y colocara los efectos para que luego en el estudio se pudieran colocar como en los primeros programas. Se optó por el uso de Adobe Premier como la herramienta para editar los programas porque, a pesar de ser un programa utilizado para la edición de videos o contenido audiovisual, también te permite trabajar únicamente el audio y exportarlo en formato mp3 lo que, junto a la costumbre de utilizar el programa de adobe por temas laborales, hizo que la edición sea más llevadera; además, se debe incluir la ausencia de un programa específico de edición de audio debido a las prohibiciones que hubo durante estos meses por lo que no se podía adquirir así que se decidió trabajar con lo que se tenía para mantener el ritmo de publicaciones. No obstante, debido a las interferencias que suelen suceder por una conexión débil o por falta de energía se puede notar una diferencia entre los tres primeros programas junto a los otros que se elaboraron hasta el mes de setiembre.

Primer episodio posterior al anunciado de cuarentena en el Perú por el Covid-19:

<https://spoti.fi/39Hkmtv>

Aunque los fundadores ya tenían noción de cómo realizar los programas, la situación en el país por el Coronavirus fue todo un reto y este episodio fue un claro ejemplo, ya que se hizo por medio de los celulares con riesgo a perder conexión por señal. Malas había decidido tomar un descanso para enfocarse en otros proyectos suyos así que desde ese momento los episodios, en su mayoría, tendrían a Laus y a Crisho como conductores. En una parte del programa ambos se encontraban echados en sus camas por

el efecto de no poder salir; sin embargo, con los minutos fueron adecuándose a la situación. No obstante, aunque “Identidad Sonora” los apoyó en la edición de las voces se puede notar una diferencia considerable entre el audio de los primeros tres programas con el cuarto. En ese capítulo se discutió acerca de las decisiones polémicas que tomó la empresa en relación a la pandemia y a su próximo gran evento Wrestlemania.

Los siguientes cuatro episodios posteriores a la orden del presidente, se grabaron de forma telefónica como se comentó en el párrafo anterior, pero justamente a finales del mes de abril, fecha en la que comienzan los despidos en la WWE mencionados antes, se decide comenzar a traer invitados, aprovechando las plataformas que estaban saliendo como Zoom o Jitsi, siendo el primero de todos “Wally” quien es nuestro aliado de la página “Lucha Jobbers” de México. Él, previo a la creación de nuestro podcast, ya nos había invitado a un episodio en el suyo en el mes de febrero. Se usó la plataforma de Jitsi para la grabación.

Episodio realizado con “Lucha Jobbers” usando para el audio la plataforma Jitsi:

<https://spoti.fi/39MGId0>

Al principio, no utilizamos este tipo de plataformas de videoconferencia porque, al trabajar con un externo en la edición completa del audio, se temía que este no pudiera llegar correctamente; sin embargo, gracias al apoyo y asesoría de nuestro aliado de “Lucha Jobbers” logramos comprender el funcionamiento de esta plataforma que, a pesar de los inconvenientes relacionados a una buena conexión a internet, lograba que el audio tuviera una mejor calidad que en una conversación por celular como se hizo en el episodio mencionado anteriormente. Posteriormente se utilizó también la plataforma de “Zoom” para tener también el video lo que sería un adelanto para lo que se deseaba en el programa y la página que era la expansión hacia otras redes.

Este episodio se realizó, como se comentó anteriormente, en medio de la ola de despidos que tuvo la WWE en abril del 2020, por lo que se acordó con Lucha Jobbers, quienes ya había hecho una transmisión en vivo, realizar esta colaboración donde hubo algunos inconvenientes en relación al cambio de horario de México, pero al final se logró ejecutar con éxito.

A partir de ese momento, se acordó utilizar estas plataformas para las grabaciones y es también cuando se invitó a Felipe -nuestro aliado de la página “Súplex” en Chile- y

también cuando, para evitar confusiones, los administradores hicieron consenso para cambiar el nombre del programa de "Lucha Cast" a "Luchamaniacs el Podcast".

Episodio realizado con "Suplex" usando para el audio la plataforma Jitsi:

<https://spoti.fi/37Bf7Zy>

Ese cambio de nombre generó que quedaran al descubierto otras falencias debido a la inexperiencia de los fundadores en este formato; por ejemplo, se había cambiado el nombre al podcast, pero los títulos de los programas seguían con el primer nombre tanto en Spotify como en Ivoox y el canal, al ser creado con la cuenta de Luis Lau, tenía su nombre el lugar que el de la página.

### Figura 2.1

*Plantilla de Spotify durante el primer mes*



Fuente: Luchamaniacs en Spotify

Estas situaciones generaban confusión en los seguidores de Facebook, junto con el error de no colocar el tema principal en el título y solo poner "Luchamaniacs" junto al número del episodio que se tuvo que cambiar porque anteriormente figuraba "Lucha Cast".



**Figura 2.2**

*Interfase de los primeros episodios del Podcast*



Fuente: Luchamaniacs en Spotify

Estas falencias se lograron corregir en la interfase de Spotify y de Ivoox donde ahora figura con el nombre adecuado como se aprecia en la imagen siguiente.

**Figura 2.3**

*Plantilla de Luchamaniacs en Spotify*

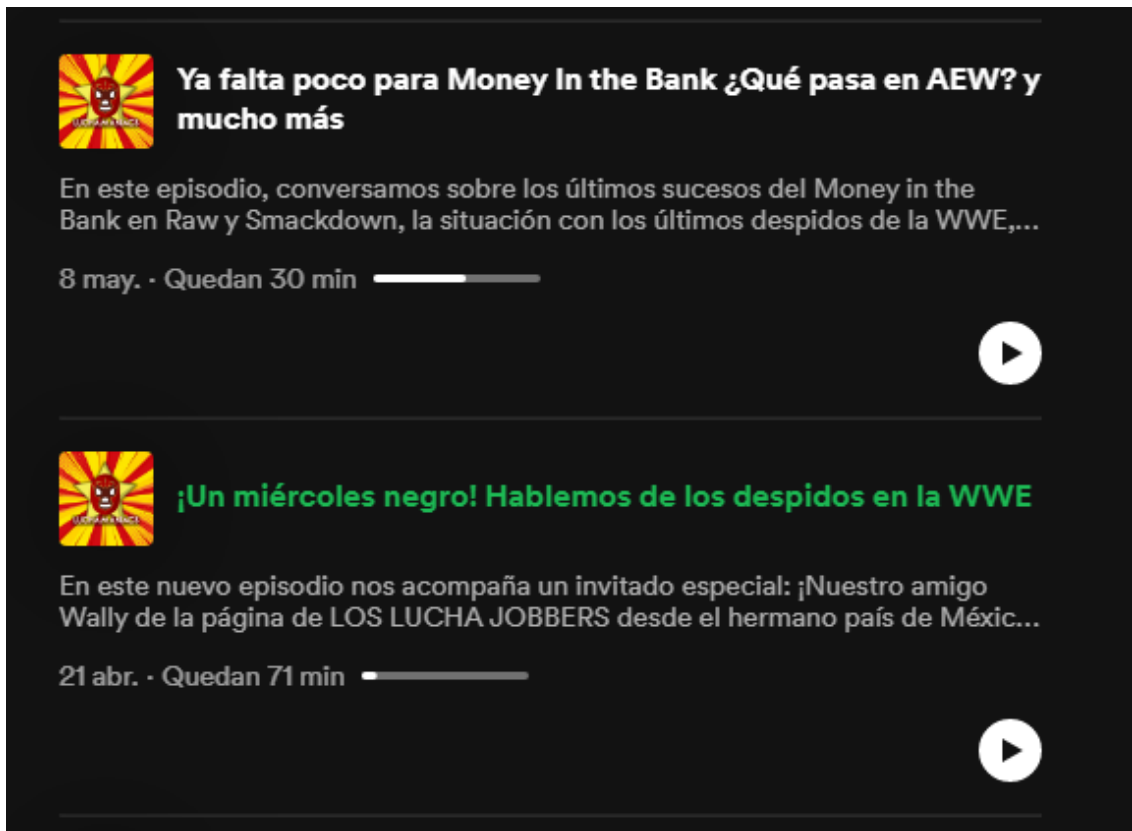


Fuente: Luchamaniacs en Spotify

Junto a la corrección del título en las plataformas, se logró darle mayor importancia a los temas, modificando el título “Luchamaniacs” junto al número del episodio por un texto que vaya de acuerdo al tema del que se iba a hablar en los programas; por ejemplo, si se iba a analizar un evento de una empresa el título debía estar acorde como se puede apreciar en esta otra imagen.

## Figura 2.4

*Titulares de los episodios del Podcast en la actualidad*



Fuente: Luchamaniacs en Spotify

Estos cambios lograron mayor concordancia con lo que se deseaba hablar en el podcast, ya que, al ser un proyecto reciente, no iba a generar atención si solo se colocaba el nombre del programa por lo que era necesario ser más específicos con el contenido de los episodios, lo que también lleva al último cambio realizado en el periodo enero-setiembre del 2020 que está enfocado en la carátula de los episodios.

Al tener como referencias a páginas como “Lucha Jobbers” o “Súplex” quienes únicamente colocaban su logo como carátula, Luchamaniacs quiso hacer lo mismo; sin embargo, al igual que con YouTube, una miniatura debe ser atrayente. Por ello, los distintos programas de Spotify comenzaron a modificar las miniaturas en relación a los temas hablados en cada emisión. Por lo tanto, a partir del episodio 9, donde se tuvo como invitados justamente a miembros de la página chilena “Súplex”, se decidió colocar un fondo similar a los colores de nuestro logo junto a imágenes de los temas a tratar y arriba el título “Luchamaniacs Podcast” que se usó en los siguientes cuatro episodios hasta que, a principios de agosto, se decidió, con el apoyo de “Malas”, crear una plantilla con diseño

permanente colocando un fondo oscuro con las esquinas similares a los colores de nuestro logo. En ese fondo simplemente se colocaría una imagen del tema, el logo de la página y un texto que aclare mucho más los temas a tratar.

**Figura 2.5**

*Primera portada de Luchamaniacs*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 2.6**

*Segunda portada de Luchamaniacs*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 2.7**

*Tercera portada de Luchamaniacs*



Fuente: Elaboración propia

Durante los últimos días del mes de agosto del 2020, ya con 15 episodios, se decidió hacer una pausa para analizar los resultados y ver la forma de expandirse, ya no solo en Spotify e Ivoox, sino también para realizar los episodios de forma audiovisual en YouTube pasando a realizarse video podcast, mediante directos en Facebook o comenzando a entrar en otras páginas como Twitter que, como se comentó al inicio del artículo, era muy poco utilizada.

Luego de una serie de reuniones virtuales y por sugerencia de nuestros aliados de la página de Twitter “Royal Wrestling” en España, los tres administradores optaron por darle mayor fuerza a esta red social junto a YouTube para lograr que los episodios sean de forma audiovisual; asimismo, con la intención de lograr mayor interacción en Facebook, red principal de la página, se optó por usar las transmisiones en vivo luego de los eventos de lucha libre gracias al programa “OBS Studio”.

Como dato adicional, antes de “OBS Studio”, se hizo una prueba con el programa “StreamLabs OBS” que permitía colocar animaciones cuando alguien daba “Me gusta” o compartía; sin embargo, no se volvió a utilizar debido a que su uso es normalmente para los que se graban jugando videojuegos y cuando publicamos esa transmisión nos salió como título principal el nombre de un reconocido juego de lucha libre lo que generó que esa transmisión no generara tanto impacto. Por lo que para las siguientes transmisiones se utilizó “OBS Studio” que, aunque no sea tan dinámica como “StreamLabs” nos daba la facilidad de especificar el título o de lo que íbamos a hablar.

Inspirados en el canal de YouTube “SuperKick Tv” y en “Royal Wrestling”, cuyos episodios se realizan en la plataforma de Twitch, se decidió, como forma de mantener la identidad de marca, conservar el fondo creado para las últimas miniaturas de los programas.

## Figura 2.8

*Transmisión en vivo de Luchamaniacs posterior a un evento*



Fuente: Elaboración Propia

Antes de realizar una pausa para seguir replanteando el futuro del proyecto en Spotify, se propuso hacer una prueba con dos programas que serían lanzados de forma visual en YouTube donde la primera la hicimos con la página “Súplex” para conversar sobre un evento de agosto de la WWE que, al igual que con los episodios anteriores, se realizó una pequeña pauta a seguir, pero en su mayoría se improvisaba la conversación para darle un toque más ameno al programa. Para la segunda, se propuso entre los administradores traer a un invitado para entrevistar, por lo que se contactó con el luchador peruano “Reptil”, actualmente de la empresa peruana “Gladiadores” con el que, diferente a los programas previos, se tuvo que arreglar las preguntas para mantener el hilo del programa. A pesar de los problemas que aparecieron con la conexión del invitado, esta entrevista fue bien recibida por los usuarios de Facebook, Twitter y Spotify.

Concluida la entrevista, los fundadores tomaron la decisión de que, más que conversar sobre noticias del wrestling o de los eventos, podrían realizar conversaciones con luchadores nacionales con la intención de dar a conocer el deporte en el Perú, continuar con los invitados para hablar sobre temas puntuales como el desarrollo de algún luchador o qué hacer con ciertos personajes. Finalmente, usar Obs Estudio para realizar

los análisis “en caliente” acerca de los eventos importantes de la lucha libre que también fueron bien recibidos llegando a superar las 800 reproducciones en una ocasión.

**Figura 2.9**

*Transmisión en vivo de Luchamaniacs posterior a un evento*



Fuente: Luchamaniacs en Facebook (2020)

**Figura 2.10**

*Transmisión de Podcast en vivo con el luchador peruano Reptil*



Fuente: Luchamaniacs en YouTube (2020)

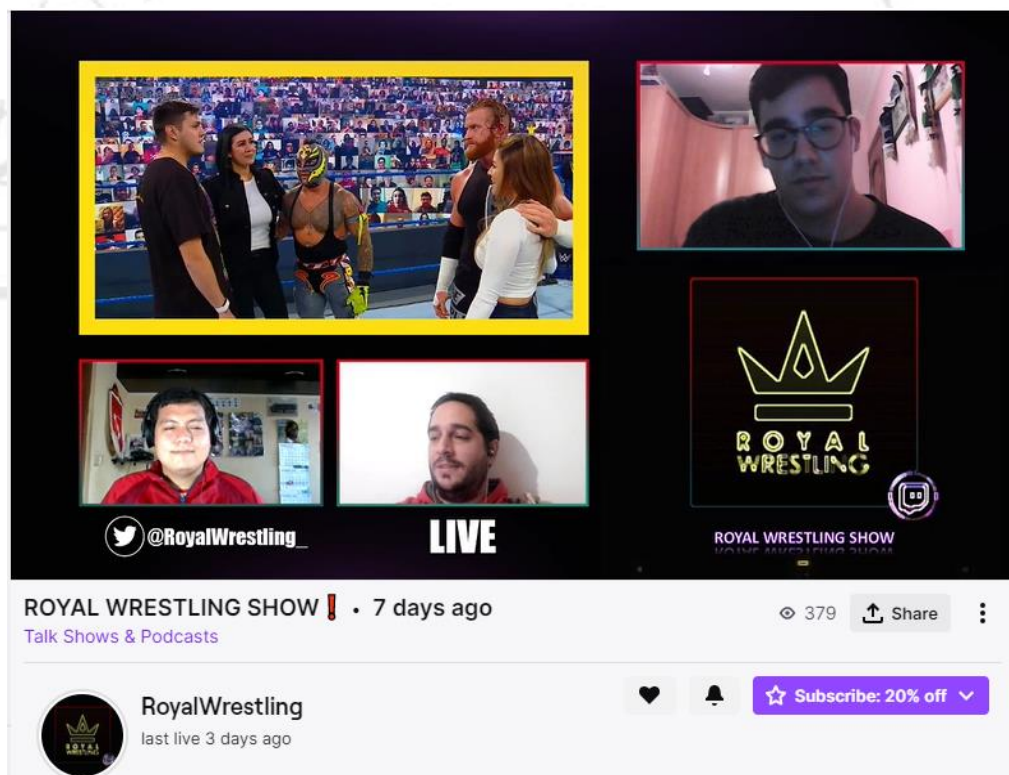


## CAPÍTULO III: LOGROS Y RESULTADOS

Con todas las acciones previamente mencionadas, la página Luchamaniacs tuvo la oportunidad de expandirse a otras plataformas como Twitter -donde ya se cuenta con 170 seguidores-; asimismo, Royal Wrestling, podcast español, invitó a los fundadores a que participen en algunos episodios de su podcast en Twitch -donde llegaron a superar las 400 visualizaciones- por lo que se han convertido en participantes recurrentes de su programa. En cuanto a la propuesta de la nueva forma de realizar las emisiones, se logró contactar con nueve luchadores y personalidades del Wrestling, cuyas grabaciones se están realizando y se planean subir a partir de los meses de marzo y abril del 2021.

**Figura 3.1**

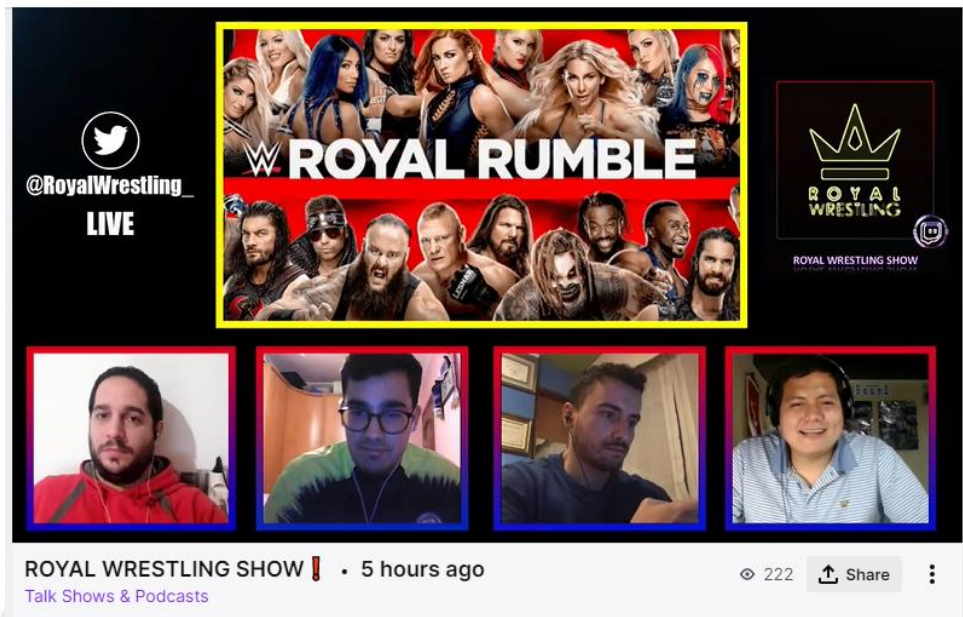
*Programa de Twitch con Laus como invitado*



Fuente: Royal Wrestling en Twitch (2020)

### Figura 3.2

Último programa donde Luchamaniacs participó con Royal Wrestling en noviembre

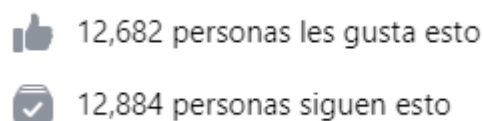


Fuente: Royal Wrestling en Twitch (2020)

Con relación a la página de Facebook de “Luchamaniacs” (que, en la última investigación, tenía 10,148 “Me gusta” y 10,228 seguidores) a la fecha ha logrado alcanzar los 12.3682 “Me gusta” y 12,884 “seguidores”. Para lograr este aumento, se tuvo que replantear los contenidos de la página donde aparecen las transmisiones luego de los eventos, y a la emisión de los programas en formato de Podcast presentados que, al principio no generaron el impacto, pero, mientras más se tocaban temas relacionados a lo que le interesaba al público de la página, más interacciones recibía. Por ejemplo, el episodio donde se habló de la división femenina de la WWE o la entrevista al luchador peruano Reptil.

### Figura 3.3

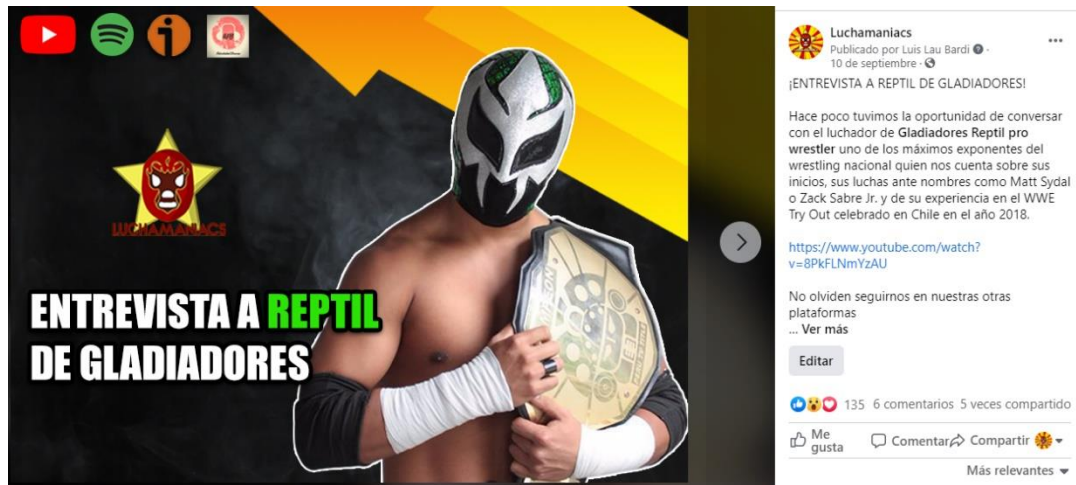
Cantidad de likes y seguidores



Fuente: Luchamaniacs Facebook Fanpage (2021)

**Figura 3.4**

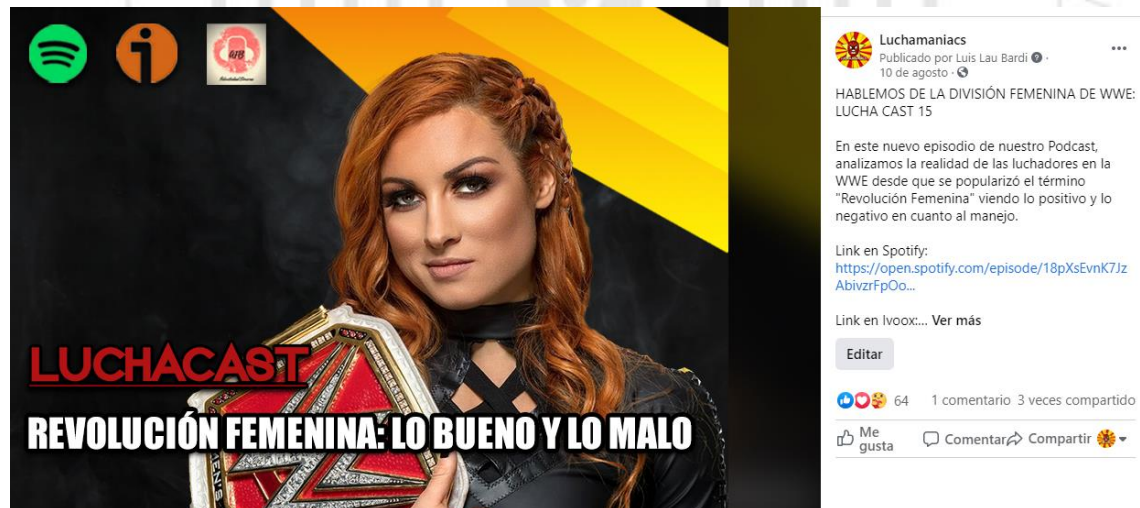
*Impacto de la publicación sobre la entrevista al luchador peruano Reptil*



Fuente: Luchamaniacs en Facebook (2020)

**Figura 3.5**

*Impacto del penúltimo programa realizado solo en formato audio de Luchamaniacs*



Fuente: Luchamaniacs en Facebook (2020)

Con relación a Twitter, que se mencionó que era una de las plataformas donde la página planeaba expandirse, el episodio que tuvo mayor reacción fue el realizado en colaboración con “Royal Wrestling” de España, quienes apoyaron compartiendo la publicación y alcanzaron más de 30 reacciones. Esto fue positivo, considerando que

“Luchamaniacs” recién estaba entrando a Twitter, donde pasó de 10 seguidores a 81 y a la fecha actual la página creció hasta tener un total de 170 seguidores.

En cuanto a la decisión de la red social Twitter como base para la expansión de la página, se debe a que, a diferencia de otras redes como Instagram o Tik Tok por ejemplo, en Twitter ya teníamos una alianza con una página destacada como lo es “Royal Wrestling” que, al realizar video podcast en Twitch juntos hasta la fecha, han aceptado apoyarnos con el desarrollo de la página en esta red social lo que he reforzado el vínculo; además, que la participación de la comunidad de lucha libre en esta red es considerable como se pudo apreciar en las transmisiones realizadas con ellos; sin embargo, se está considerando a partir del mes de marzo del 2021 dar fuerza también a Instagram con la creación de una cuenta para Luchamaniacs.

### Figura 3.6

*Impacto en Twitter del último episodio únicamente en formato audio de Luchamaniacs*



Fuente: Luchamaniacs en Twitter (2020)

YouTube, canal que inició con la misma creación de la página en Facebook, (como se comentó previamente), no se actualizaba de forma constante; de hecho, los dos episodios de prueba para un futuro formato audiovisual fueron los primeros videos en casi dos años; ambos alcanzaron superar las 50 visualizaciones y, en relación a suscriptores, hubo un ligero aumento hacia 72.

### Figura 3.7

*Primer episodio en formato audiovisual de Luchamaniacs en YouTube con “Suplex”*



Fuente: Luchamaniacs en YouTube (20209)

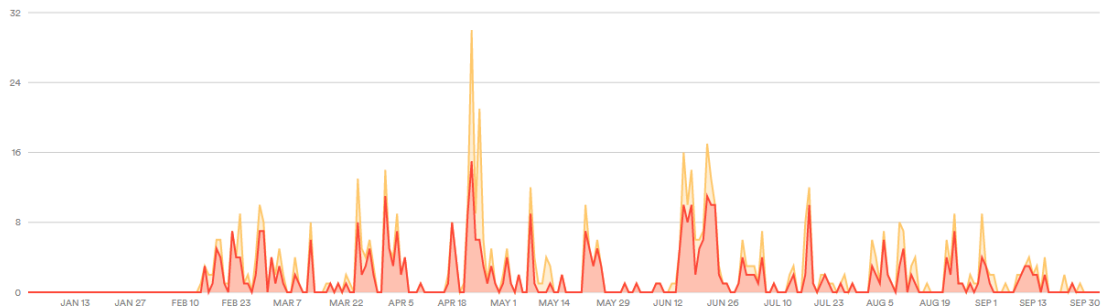
Con relación a Spotify, para la fecha donde se emitió el último episodio previo al receso, se logró obtener a 28 seguidores, con 95 personas que constantemente nos han escuchado, 418 usuarios que nos han escuchado por más de 60 segundos o más y en general 631 que han escuchado por lo menos alguno de los episodios del catálogo.

Evidentemente la mayoría de las personas escucharon los episodios lo hicieron entre los meses de enero y setiembre, ya que fue el periodo donde el programa estuvo activo previo a las reuniones de restructuración para mejorar el contenido.

### Figura 3.8

*Estadísticas en relación a las personas que vieron los episodios y dieron calificación entre enero y setiembre del 2020*

#### Starts & Streams



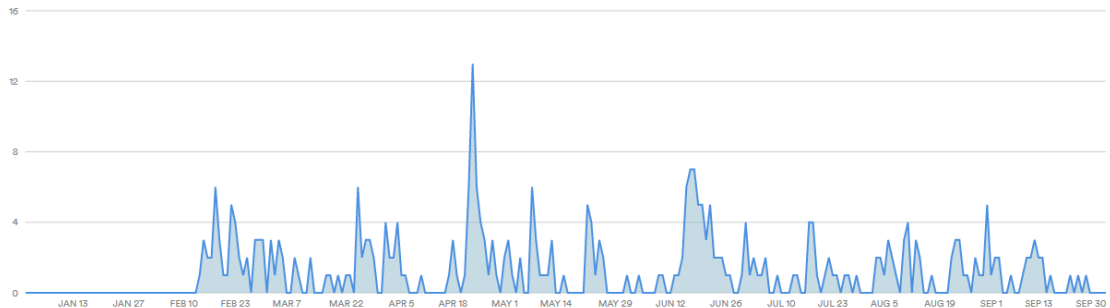
Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Un detalle interesante sobre las personas que vieron los episodios es que estos tuvieron su momento más alto entre los meses de abril y mayo; es decir, cuando el Perú se encontraba en el aislamiento total por el Covid-19 y son los programas donde, efectivamente, se analizaron las controvertidas medidas de la WWE de realizar sus eventos a pesar del virus donde incluso despidieron a más del 60% de su personal, cuando se destapó el escándalo de la escena independiente británica y los primeros episodios con invitados como fue el caso de “Lucha Jobbers” de México y “Súplex” de Chile.

**Figura 3.9**

*Evolución de la cantidad de oyentes entre los meses de enero a setiembre del 2020*

**Listeners**



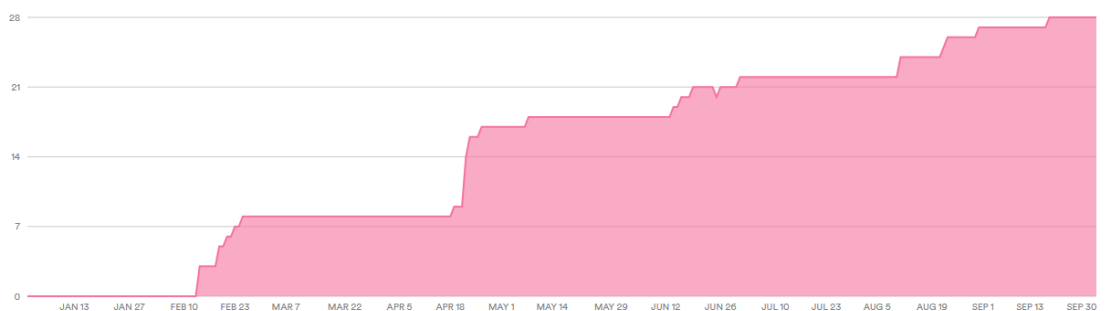
Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Al igual que las personas que nos dieron clasificación, la gran mayoría de oyentes en esta primera temporada se tuvieron justamente cuando los escándalos mencionados en el párrafo anterior salieron a la luz lo que generó que varios programas de la página giraran alrededor de estas noticias junto a otras de lo que sucedía en la programación de la WWE que nunca dejó de emitir sus eventos.

**Figura 3.10**

*Evolución de la cantidad de seguidores entre los meses de enero a setiembre del 2020*

**Followers**



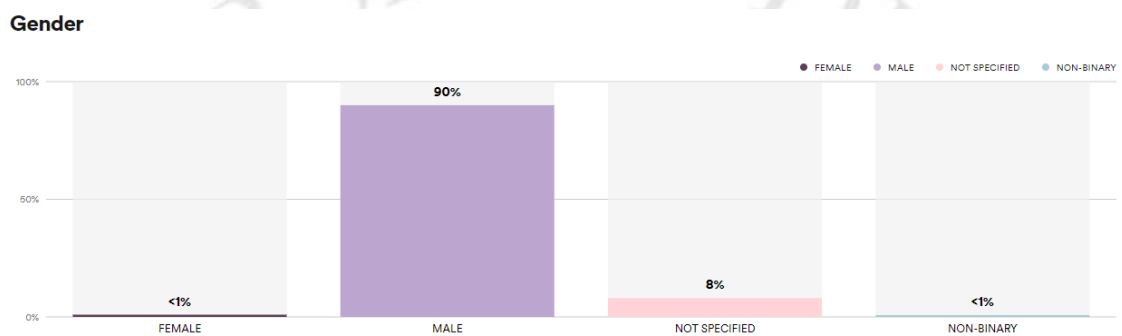
Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Como cualquier programa o canal de YouTube que con el tiempo y la constancia empieza a aumentar sus vistas, suscripciones y seguidores, con Luchamaniacs en Spotify sucedió

lo mismo como se aprecia en la figura anterior donde se aprecia una evolución con cada programa que se emitió entre los meses de enero a setiembre lo que daba a entender que la estrategia de tocar los temas del momento y la forma como se hacía utilizando elementos como el humor, el sarcasmo, los sonidos graciosos y la música de fondo estaban funcionando adecuadamente.

### Figura 3.11

*Evolución del tipo de seguidores por género entre los meses de enero a setiembre del 2020*



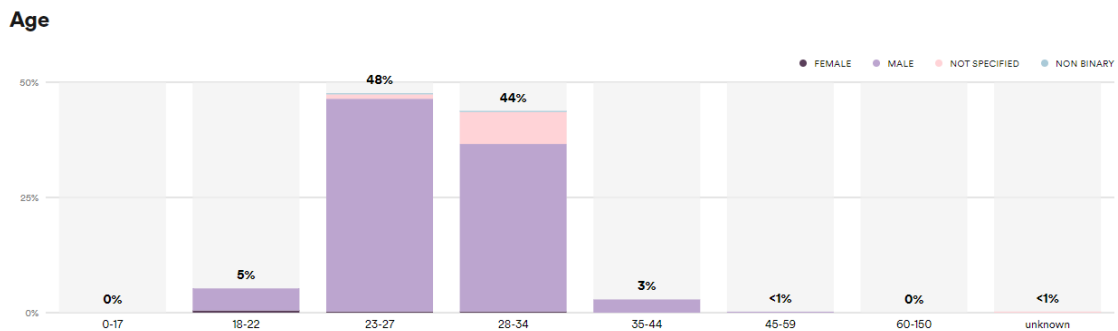
Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Entrando al tipo de oyentes de la página, encontramos que, entre enero y setiembre del 2020, en su mayoría son varones los que escuchan (en un 90%), 1% mujeres y el resto no especifican su género. Al ser un deporte de contacto, donde incluso en una época mostraban un contenido con un nivel sexual alto entre 1998-2001, es natural que exista un interés mayor por parte del público masculino.



**Figura 3.12**

*Rango de edad de las personas que escuchan el Podcast*



Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Con relación a la edad, las estadísticas muestran una mayor variedad, donde las personas que han escuchado los episodios -por lo menos una vez- se encuentran, en su mayoría, entre los 23-27 años de edad con un 48%; en segundo lugar, los que se encuentran en el rango de 28-24; en tercer lugar, con un 5% los de 18-22; y, finalmente, los que se encuentran entre los 35-44 con un 3%. Se puede inferir que las personas que escuchado el podcast son estudiantes universitarios o próximos a terminar la carrera que revisan los programas de camino a su centro de estudios o a su centro laboral.

**Figura 3.13**

*Procedencia de los oyentes del Podcast de Luchamaniacs*

Country	Count
1 Peru	160
2 Mexico	125
3 Chile	108
4 Argentina	9
5 Ecuador	7
6 United States	3
7 Spain	2
8 France	1
9 Australia	1
10 UNKNOWN	1

Fuente: Estadísticas de Luchamaniacs en Spotify (2020)

Finalmente, a diferencia de las estadísticas encontradas en Facebook, en Spotify la gran mayoría de las personas que escucha los episodios son de Perú, seguidos de países como México, Chile, Argentina, Ecuador, Estados Unidos, España, Francia e incluso Australia. Es interesante, ya que en las gráficas encontradas en Facebook, y mostradas en una sustentación anterior, se descubrió que Luchamaniacs, a pesar de ser una página peruana, la mayoría de sus seguidores eran de México que se encontraba en primer lugar seguido de Perú y otros países como Bolivia, Nicaragua, Argentina o Chile.



## **CAPÍTULO IV: LECCIONES APRENDIDAS**

Luego de haber analizado el proceso, desde la pre producción iniciada en diciembre del 2019, hasta el último episodio a fines del mes de setiembre del 2020 para iniciar la reestructuración, podemos encontrar la falta de experiencia que se tuvo al inicio del proceso de transmisión de audios, ya que, como se mencionó anteriormente, se buscaba simplemente producir contenido distinto en la página tomando en cuenta la cantidad y no la calidad. Los primeros intentos eran solo con un celular donde incluso hubo interferencias por la mala conexión. Lección que el impulsor de este proyecto experimentó al conocer la forma como los centros de locución producían sus programas.

### **4.1 Elaboración del podcast**

Una vez que se pudo conseguir un estudio de grabación de calidad, se pensó que se trataba simplemente de hablar sobre el tema de la lucha libre y colocar efectos sin un plan, lo que generó los primeros inconvenientes: en primer lugar, porque en las primeras grabaciones, efectivamente, se discutía de Wrestling, pero no se sabía en qué parte acabar, por lo que a partir del segundo programa se utilizó una pauta donde se acordaba que en los primeros minutos se hablaría de una noticia y cuando pasara ese tiempo se cambiaría de tema. Esto se mantuvo hasta los episodios posteriores a la cuarentena, donde el conductor principal, en este caso Laus, utilizaría una palabra o frase clave para hacer el cambio de noticia. En segundo lugar, se deseaban colocar efectos, pero no se sabía cuáles, por lo que las ediciones demoraban más de la hora en la que debían concluirse. Finalmente, relacionado a la pre producción, la definición de un nombre concreto para el programa que vaya en relación al producto principal fue uno de los problemas que se tuvo al inicio, por la confusión que generaba el nombre de Lucha Cast, en lugar de colocar el nombre tal cual de la página -como se hizo en los meses siguientes-.

## 4.2 El podcast en la cuarentena

Se comprendió que se podía realizar en programa a distancia con una buena planificación y con un horario fijo. Cuando se anunció la cuarentena total, se consideró parar por completo la emisión del podcast; sin embargo, al ver el esfuerzo de páginas como “Moloko Podcast” o “Superkick Tv”, el grupo se concentró en buscar las formas de conexión más óptimas para emitir los capítulos teniendo dificultades los primeros meses, pero consiguiendo la solución con la plataforma de Zoom. Junto a esto, se suma la estética de las plantillas; debido a que, como se puede apreciar en una de las imágenes, los cuadros en el formato de YouTube se ven asimétricos y poco estéticos. Afortunadamente, en las grabaciones que se encuentran en desarrollo, se logró obtener medidas específicas para obtener los mejores resultados posibles.

## 4.3 Invitados

Finalmente, tener cuidado con las personas que invitamos al podcast y tener un plan de apoyo en caso uno de ellos nos falle. En relación a primer punto, en el mes de junio, le dimos la oportunidad a un administrador de una página de lucha libre recién creada. Al ser amigo personal de uno de los fundadores, se le dio la posibilidad de estar en una grabación. Sin embargo, -por ser relativamente joven no mencionaremos su nombre ni el de la página- realizó comentarios y apreciaciones que iban en contra de lo que el público de Luchamaniacs pensaba, y generó mucha confusión entre lo que sucede en la vida real y en el kayfabe<sup>9</sup> o historias dentro de los programas de Wrestling.

Debido a que ese programa iba a dañar la reputación de la página y la del mismo invitado, se optó por no publicarlo y conversar con la misma persona en privado para recomendarle que, a la hora de dar opiniones, debe tomar en cuenta que algunas de las mismas pueden generar controversia y, en el peor de los casos, insultos contra la página. Afortunadamente, aprendió, y en la actualidad sigue manejando su página con la promesa de intentarlo de nuevo para que adquiera visibilidad de la misma forma que “Royal Wrestling” apoyó este proyecto en Twitter.

---

<sup>9</sup> “Kayfabe” es un término utilizado en el mundo de la lucha libre para describir la naturaleza ficticia de una situación o personaje; por ejemplo, cuando en la WWE te presentan a dos personas que aparentan ser pareja para la programación, pero en la vida real no tienen ninguna relación.

El segundo caso está relacionado a lo que se está desarrollando en este momento con las entrevistas que se desean publicar entre los meses de marzo y abril del 2021. Como se comentó, se están realizando entrevistas a luchadores peruanos, donde, en su mayoría, se han mostrado abiertos a expresar sus sentimientos por el deporte y desarrollo en el país; sin embargo, durante el mes de noviembre del 2020 se grabó la entrevista a uno de ellos. Se le mostraron las preguntas y a lo que queríamos llegar, pero no se tomó en cuenta la personalidad, ya que este invitado casi no se expresaba, sin mencionar que su cámara tuvo problemas junto al audio y que no mostraba tanta emoción como los anteriores invitados. Por respeto esa entrevista, se publicará en el futuro con las ediciones correspondientes, pero se debe tomar en cuenta la personalidad de los invitados para poder llevar las entrevistas de la mejor forma posible.

En el último caso, sucedido también en el mes de noviembre, se había quedado para conversar con un reconocido luchador nacional -no colocaremos su nombre- él mismo, por sus horarios, reservó en su agenda de email un día jueves a las 6 de la tarde; sin embargo, al momento de avisarle y enviarle el link, lo hicimos con una hora de anticipación, nos envía un audio diciendo que se olvidó, pero la forma cómo lo hizo mostraba altanería y egocentrismo lo que se sintió como una falta de respeto a Luchamaniacs. Se logró hacer un programa hablando sobre la evolución de luchadores y el luchador nos prometió reprogramarla, pero cuando se le preguntó, dejó a la página en “visto”. Desde ese momento, se decidió que, cuando se tenga invitados, avisarles con un día de anticipación para confirmar horarios.

#### **4.4 Elaboración de los podcast**

Conversando con “Identidad Sonora” al inicio de la elaboración de este proyecto, se tenía la idea de que para hacer el podcast bastaba únicamente con saber hablar en el micrófono basándose en la especialización en locución que el conductor del programa tuvo; sin embargo, las horas de grabación y la pandemia provocaron que ese paradigma se modificara y; en primer lugar, se tuvieron un respeto total por las personas que se especializan en audio que la fue una gran lección que nos mostró Angelo nuestro sonidista. Al dar inicio la cuarentena se descubrió que los especialistas tampoco pueden hacer rápido las ediciones si los audios por teléfono suenan deficientes por lo que nos esforzamos en mejorar el ambiente del audio y en el uso de programas.

## REFERENCIAS

- Chará, K. (2017). *La importancia del Podcast en tu estrategia de contenidos*  
<https://lifestyle.americaeconomia.com/articulos/que-hizo-tan-populares-los-podcasts>
- Condor, J. (2019) *Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/?ref=gesr>
- Levi, H. (2008). *The World of lucha libre: Secrets Revelations and Mexican National Identity*. Estados Unidos: Editorial Duke University Press Book.
- Luchamaniacs. (s.f). *Inicio*. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado en agosto del 2020 de <https://www.facebook.com/Luchamaniacs>
- Luchamaniacs. (s.f) *Inicio*. [Página de Twitter]. Twitter. Recuperado en Agosto del 2020 de <https://twitter.com/luchamaniacs>
- Mazer, S. (1998). *Professional wrestling: Sport and spectacle*. Univ. Press of Mississippi.
- Penedo, A. (2015). *Profesionalización del wrestling en España*. Universidad de Valladolid, España. <https://core.ac.uk/download/pdf/211096665.pdf>
- Spotify (2020) *Luchamaniacs El Podcast* [Audio en Podcast]  
<https://open.spotify.com/show/6TpmX22E6fpDfLYJo6bAFU?si=cFPK46vGT2mDeDDTZZNocQ>
- Spotify (2020) *Luchatrucha El Podcast* [Audio en Podcast]  
<https://open.spotify.com/show/4GnY2clqKbPtOPCUBoiiM0?si=gdb-bmhhQsunKQHD1Fkx8w>

Velásquez, J. (2015) *Espectacularización del deporte en la TV: el caso del programa de televisión de lucha libre RAW Supershow*.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP\\_ad5312a6531b9103913563edf371a9a5](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_ad5312a6531b9103913563edf371a9a5)

YouTube (2020) *Canal Luchamaniacs*

<https://www.youtube.com/channel/UCgTg9luqYIJvFDg2qnsES5w>



## ANEXOS

### ANEXO 1: Documental “Espíritu de lucha”

Link para ver el documental completo:

<https://www.youtube.com/watch?v=XjGnNavGKcM>

