

## **CAPITULO II: Marco Teórico**

### **2.1 Millennials**

#### **2.1.1 ¿ Quienes son los millenials?**

Los “millenials” o “ Generación Y” son los nacidos entre el año 1980 e inicios de los 2000. Según las encuestas realizadas por el Pew Research Center sobre los millenials, son una generación marcada por el "nativismo digital" ( esto quiere decir que los milenios son la primera generación que no tuvo que adaptarse a la tecnología, si no que, nacieron en un mundo donde la tecnología ya estaba muy avanzada y es mucho más sencillo para ellos aprender a utilizarlas). Los millenials son personas que han vivido bombardeadas con las redes sociales y con los medios de comunicación que cada vez más buscan el perfeccionismo. Según para la revista Forbes de México; “Un millenial es aquel que puede ser “mutlitasking”; esto quiere decir que tiene la capacidad y /o la necesidad de hacer varias cosas a la vez”.

Para AdReaction: Marketing in a multiscreenword, de Millward Brown; los jóvenes millenials dedican aproximadamente siete horas en línea, en varias pantallas digitales a la vez.

En Latinoamérica donde la tesina también se llevara acabo, casi un 88% de los Millenials tienen perfiles en redes sociales, donde comentan, comparten y buscan opiniones acerca de productos que quieren consumir, así lo menciona un de “Los 6 rasgos claves de los Millenials” creada por la revista Forbes México.

#### **2.1.2 ¿Porqué las redes sociales han impactado en la industria del fitness ?**

Con las personas que serán entrevistadas en el proyecto, se esperan encontrar diferentes respuestas, ya que existen diferentes culturas entre México y Estados Unidos; y que siguen a diferentes cuentas en estas redes sociales. Algo que aportara a los resultados de la investigación son las redes sociales (Instagram y Youtube) ; son herramientas muy fáciles de utilizar; pero al mismo tiempo pueden llegar a ser una arma de doble filo, aún más para los jóvenes Millenials .<sup>4</sup>

Las redes sociales, como las que se hablarán en esta tesina han impactado en la industria del fitness por el hecho de servir como mercadotecnia a las marcas de ropa deportiva, a los suplementos, alimenticios, a las cadenas donde ofrecen comida sana, etc.. Se han convertido en una manera de expresar opiniones y de mostrar al mundo una faceta de la gente mucho más íntima; así es como los *influencers* , de los que se hablarán en esta tesina, tienen tanto impacto en la industria del fitness y sus seguidores.

---

<sup>4</sup>Gutierrez Rubí . (2016). 6 rasgos claves de los millenials, los nuevos consumidores . 20.abril 2017, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Otra más de las investigaciones que se probaran en la tesina es saber cuales son los líderes de opinión más populares entre el fitness y el fisicoculturismo y cuales de los seis entrevistados siguen más a los famosos.

## **2.2.- ANTECEDENTES DEL FITNESS**

### **2.2.1 ¿ Dónde Nació?**

Existen muchas teorías que el fitness data de tiempo modernos, pero no es así; antes de que existieran los gimnasios y los aparatos modernos lo cuales ahora la gente puede transformas su cuerpo, el ejercicio físico viene desde tiempos muy remotos, 10 mil años A.C, con los hombres prehistóricos, aquellos hombres que aún no tenían un idioma el cual comunicarse, pero si tenían fuerza para poder mantenerse vivos y poder conseguir comida, para ellos correr, atrapar, saltar e inclusive hacer cualquier movimiento que ahora el ser humano necesita de aparatos, ellos lo hacían naturalmente pues su cuerpo se los demandaba. Cuando la gente ve fotografías de como pudieron haberse visto estos hombres quedan impactados , pues se ven realmente como si hubieran asistido a gimnasios toda su vida; pero lo que hizo que se vieran así fue la constancia diaria con lo que lo hacían, debían alimentarse y protegerse de la amenaza de los animales salvajes; y fue así como empezaron a construir su cuerpo<sup>5</sup>.

Fue desde ahí donde se empezó a crear el entrenamiento funcional. El entrenamiento funcional es según la página de internet de Anabel Ávila entrenadora de crossfit : “ Por definición “el entrenamiento funcional” significa entrenar con un propósito, un entrenamiento para que sirva. Es una metodología de entreno se basa en realizar ejercicios y movimientos que nos ayuden a desempeñar tareas funcionales, de manera que busca esa utilidad para el usuario.” Anabel Ávila.<sup>6</sup>

El entrenamiento que realizaban los hombres en esa época eran simplemente tareas que ellos necesitaban realizar es por eso que se les llama funcionales, las mujeres y niños de ese tiempo también debían realizar entrenamientos funcionales para así poder sobrevivir, tal vez no de comida pues no sabían cazar pero si de alejarse y defenderse de sus presas.

---

<sup>5</sup> Imagen en anexos. Hombre prehispánico.

<sup>6</sup>Anabel Ávila. (2016 ). Entrenamiento Funcional . 2.mayo.2017, de Anabel Ávila Sitio web: <http://anabelavila.com/entrenamiento-funcional/>

Una parte importante de la cultura del fitness en ese tiempo fue la transición que ocurrió entre 10 000 A.C. y 8 000 A.C donde los hombres y mujeres pasaron de ser cazadores a recolectar su comida, ahí también realizaban trabajos realmente arduos, donde necesitaban de todo su cuerpo para poder hacerlo; ahora no solo se escondía de las amenazas de los animales si no que también tenían que defender su cultivo.

La historia pasa del año 8 000 A.C al año 4 000 A.C- 470 D.C, donde los Persas, Egipcios, Griegos y Romanos prepararon un entrenamiento que en la época actual todavía se realiza y es el entrenamiento militar, aquellas culturas preparaban a los jóvenes y niños para adentrarse a la guerra. Realizaban ejercicios como los que hacen los soldados ahora para prepararse para ir a la guerra tales como: correr en terrenos irregulares, trepar cuerdas y muros, gatear bajo vallas con púas etc..

Los griegos fueron los primeros en hacer una competencia relacionada a los ejercicios que para ellos serán muy comunes y naturales ; solo que ahora la meta era vencerse entre ellos mismos con el fin de ganar una corona de laureles; es así como nacieron los juegos Olímpicos.<sup>7</sup>

Después de los griegos los Romanos quisieron hacerle una oda a la belleza y a la fuerza que tiene el cuerpo; es así como ellos iniciaron con el entrenamiento físico. Según Rafael Diez autor del artículo “entrenamiento natural” hace mención que “Los romanos celebraron la idea de tener una mente sana en cuerpo sano, la cultura física comenzó a aumentar más allá de las necesidades prácticas para convertirse en un medio para un fin- un “art. de vivre” Rafael Diez. <sup>8 9</sup>

Al rededor de 1400 a 1600 en el Renacimiento se obtuvo un mayor interés por la anatomía, la biología, el cuerpo, la salud y la educación física. En 1800 Guts Muths maestro alemán fue quien desarrollo “los principios básicos de la gimnasia artística” este libro fue una referencia para la educación física en todo el mundo de habla inglesa.

Es ahí donde los antecedentes del fitness como los ejercicios funcionales desde la prehistoria hasta los inicios de la gimnasia artística culminan para dar paso a otra nueva era la era del fisicoculturismo.

---

<sup>7</sup> Imagen en anexos. Griegos.

<sup>8</sup> Diez Rafael . (2016). La historia del fitness . 10 abril.2017 , de Entrenamiento natural Sitio web: <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>

<sup>9</sup> Imagen en anexos. Romanos

## 2.3 ANTECEDENTES DEL FISICOCULTURISMO

De Europa nos basaremos en los Estados Unidos de América, este país esperaba una invasión extranjera mucho mayor como lo fue en Europa pero nunca llegó y la necesidad de preparar a los jóvenes para la guerra no era tan necesaria la cultura física llegó después a EE.UU. Fue Catharine Beecher quien creó una conciencia más amplia sobre la inclusión de la educación física, fue en 1823 donde formó una academia de mujeres para darles cursos de educación física.<sup>10</sup>

En 1824 desde Europa se abre en Estados Unidos el primer gimnasio al aire libre, por el alemán Charles Beck.<sup>11</sup> Uno de los deportistas que se destacó en esta disciplina fue Dudley Allen Sargent, quien se le consideró como “el fundador de la educación física en los Estados Unidos”. “Sargent inventó varios aparatos de gimnasio, creó una prueba universal de fuerza, velocidad y resistencia en 1902, escribió numerosos artículos y libros sobre educación física, y advirtió que “sin programas de educación física sólidos, las personas se convertirían en gordos, deformados y torpes”. Rafael Diez.<sup>12</sup>

En el siglo XX Edmond Desbonnet, profesor francés, publicó a través de revistas de fitness el ejercicio físico y el entrenamiento de fuerza de moda, el francés utilizó a mujeres y hombres que fuesen atletas para su publicación. Esto fue que la cultura física se solidificara y pusiera al “fitness” como industria.

Durante el mismo periodo Bernarr Macfadden considerado “gurú de la cultura física americana” fundó las primeras revistas de cultura física.<sup>13</sup>

En 1899 Mcfadden organizó el primer concurso de fisicoculturismo en Estados Unidos.

### 2.3.1 ¿Quién fue el padre del fisicoculturismo?

Fue Eugen Sandow nació en Kaliningrad en (1897-1925) fue un atleta Prusiano; Sandow fue el primero en realizar exhibiciones donde mostraba todo su cuerpo y la simetría de su musculatura, también tenía la idea de tener un “ideal griego” donde las proporciones de su cuerpo fuesen simétricas.

---

<sup>10</sup> Imagen en anexos. Mujeres Calistenia

<sup>11</sup> Imagen en anexos. gimnasio aire libre

<sup>12</sup> Diez Rafael . (2016). La historia del fitness . 10 abril.2017 , de Entrenamiento natural Sitio web: <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>

<sup>13</sup> Imagen en anexos. revista

cas; (hombros anchos, cintura reducida y piernas anchas ) y Eugen Sandow fue el primer culturista en hacer comercio con equipos de gimnasio como poleas y pesas<sup>14</sup> .

Pero en 1922 Bernarr McFadden creó a un nuevo ícono de la cultura física el fue Charles Atlas. <sup>15</sup>

El creador de los concursos del fisicoculturismo murió siendo multimillonario en 1955.

En 1948 nace la Federación Internacional de Fisicoculturismo, que fue co-fundada por Joe y su hermano Ben Weider.<sup>16</sup> El más destacado de los hermanos en éste ámbito fue Joe, quien no solo creó las competiciones del Mr. y Ms. Olympia uno de los concursos más importantes en el mundo del fisicoculturismo también sistematizó los métodos de ejercicios para culturistas, proporcionando las mejores prácticas de entrenamiento.

En 1965 aparece una figura que en ese tiempo nadie conocía, era Arnold Schwarzenegger<sup>17</sup> que a la edad de 18 años gano el primer lugar en el Mr. Europa Jr. en Alemania. Un año más tarde Arnold recibe el trofeo al hombre mejor desarrollado de Europa; también ese mismo año obtiene el título de campeón Mr. Europa Amateur; Schwarzenegger entra al concurso de Mr. Universo donde compitió con atletas de talla muy alta, ahí mismo obtuvo el segundo lugar a pesar de eso, desde ese momento todas las miradas fueron acaparadas por el joven de tan solo 19 años.

Esta fue la trayectoria que Arnold Schwarzenegger obtuvo como fisicoculturista y convirtiéndose en un ícono internacional.

Trayectoria deportiva:

- 1965 – Mister Europa junior (Alemania)
- 1966 – Hombre más musculoso de Europa (Alemania)
- 1966 – Mister Europa (Alemania)
- 1966 – Campeonato internacional de halterofilia (Alemania)
- 1967 – NABBA: Mister Universo aficionado (Inglaterra)
- 1968 – NABBA: Mister Universo profesional (Inglaterra)
- 1968 – Campeonato alemán de halterofilia (Alemania)
- 1968 – Mister Internacional (México)
- 1969 – Mister Universo aficionado (EE.UU.)
- 1969 – Mister Universo profesional (Inglaterra)
- 1970 – Mister Universo profesional (Inglaterra)
- 1970 – Mister Mundo (EE.UU.)
- 1970 – IFBB: Mister Olympia (EE.UU.)
- 1971 – IFBB: Mister Olympia (Francia)

---

<sup>14</sup> Imagen en anexos. Eugen Sandow

<sup>15</sup> Imagen en anexo Charles Atlas

<sup>16</sup> Imagen en anexos. Hermanos Weider

<sup>17</sup> Imagen anexos Arnold Schwarzenegger

- 1972 – IFBB: Mister Olympia (Alemania)
- 1973 – IFBB: Mister Olympia (EE.UU.)
- 1974 – IFBB: Mister Olympia (EE.UU.)
- 1975 – IFBB: Mister Olympia (República Sudafricana)
- 1980 – IFBB: Mister Olympia (Australia)

La vida de Arnold Schwarzenegger en el mundo del culturismo dio paso a que miles de jóvenes de esa época y hasta la fecha, compitan en esta disciplina, siendo así una motivación para cualquiera en el mundo del fisiculturismo. Arnold ha desarrollado diferentes competencias para que sus seguidores y amantes del fisiculturismo y fitness puedan seguir sus mismos pasos; prueba de ello es uno de los espectáculos más importantes, después del concurso internacional Mr Olympia, y es el “*Arnold Classic*”<sup>18</sup>. El Arnold Classic es una competencia que se lleva a cabo anualmente entre los mejores culturistas profesionales del mundo, que tiene lugar en Columbus (Ohio) Europa, y Australia. Fue creada por Arnold Schwarzenegger James J. Lorimer su socio en 1989. El Arnold Classic es como una de las más importantes competiciones de culturismo que cuenta con un gran número de premios. Un ejemplo de lo que podría ganar un atleta sería: El premio del primer lugar son 100 mil dólares en efectivo, una camioneta Hummer, y un reloj Rolex. En esta competencia hay un total de más 300 mil dólares que se reparten entre hombres y mujeres de todas las categorías<sup>19</sup>.

#### **2.4- ANTECEDENTE DE LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales parecen haber existido hace apenas unos años, pues la gente en esta época los llamados “millennials” (1980-2000) son quienes hacen más uso de estas tecnologías como si hubiesen nacido con un aparato digital bajo el brazo. Pero no fue así, en 1961 Leonard Kleinrock creó una tecnología que dio paso al desarrollo del internet, ese mismo año se hicieron las primeras transmisiones partiendo del sistema CTSS (compatible time-sharing system).

En 1971 Ray Tomlinson envió el primer correo electrónico, ahí nace el “e-mail”; Tomlinson fue el primer persona en utilizar el arroba (@) para como el mismo dijo “unir a los usuarios con los servidores informáticos”.

Un dato importante que aportar en esta investigación es sobre Tim Berners-Lee, él es considerado el padre de internet.

---

<sup>18</sup> Imagen en anexo. Logo Arnold Classic

<sup>19</sup> Torres, Daniel . (2009). ARNOLD CLASSIC: HISTORIA. mayo.2017, de Diario de un fisiculturista Sitio web: <http://www.diariodeunfisiculturista.com/2009/10/arnold-classic-historia.html>

En el nuevo siglo, internet se convirtió en el arma más poderosa de la tecnología jamás inventada; en 2003 surge el nacimiento de las redes sociales <sup>20</sup>.

Algunas de las redes sociales más importantes se mostraran a continuación, con la ayuda de la página Española “Observatorio Tecnológico” la investigación se basará en las fechas más emblemáticas donde nacieron estas redes sociales.

- En 1997 nace Google
- LinkedIn, Myspace y Facebook nacen en 2003; Facebook fue creada por Mark Zuckerberg quien inicialmente la creó para estudiantes de la Universidad de Harvard.
- En el año 2004 nace, Bebo (blog early, blog often )
- 2005 Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, crean Youtube una plataforma para subir y descargar videos.
- 2006 nace la red de microblogging Twitter , al mismo tiempo que 400 millones de búsquedas se realizan por Google.
- En 2008 se crea Tumblr una red social adaptada para competir contra Twitter.
- En 2010 se cree Instagram y aparece el “boom” de todas las redes sociales ya mencionadas pues más de un 30% de la población mundial las utiliza; un ejemplo de ellos son la cantidad de visitas y publicaciones que reciben a diario<sup>21</sup>:
  - Tumblr tiene 2 millones de publicaciones al día.
  - Facebook obtiene 550 millones de usuarios ese año.
  - Twitter tiene una demanda de 65 millones de tweets diarios.
  - LinkedIn cuenta con 90 millones de usuarios.
  - Y Youtube cuenta con 2 billones de visitas todos los días. <sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Tabla en anexos Redes sociales/ Pew research center . (7.april.2016). who uses social media . mayo.2017 , de Pew Research Center Internet, Science & Tech Sitio web: <http://www.pewinternet.org/chart/who-uses-social-media/>

<sup>21</sup> Ponce Isabel . (2012). Redes Sociales - Historia de las redes sociales. abril.2017, de Observatorio Tecnológico Sitio web: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales%3Fstart%3D2>

<sup>22</sup> Imagen en anexos. Ponce Isabel . (2012). Redes Sociales - Historia de las redes sociales. abril. 2017, de Observatorio Tecnológico Sitio web: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales%3Fstart%3D2>

### 2.4.1 ¿Quién creó Instagram?

Instagram fue creada en 2010 en San Francisco California por dos estudiantes Kevin Systrom estudiante de Gestión de la ciencia y la Ingeniería y por Mike Krieger estudiante de Sistemas simbólicos. A los dos jóvenes les gustaba mucho la fotografía desde niños y desde ahí se juntaron para formar una de las plataformas digitales más exitosas de los tiempos; según la página oficial de History Channel “La red social se destaca por usar una forma cuadrada en sus fotografías en honor a la Kodak Instamatic y a las cámaras Polaroid”<sup>23</sup> Instagram fue creada prácticamente para tomar fotografías, editarlas y compartirlas todo desde un teléfono celular. La aplicación en un principio fue creada solamente para Iphone, Ipads cualquier dispositivo con IOS, pero en el 2014 Instagram creó la aplicación para teléfonos Android eso bastó para que en solo una semana la aplicación de fotografías tuviera una descarga de 5 millones de usuarios en Android y 30 millones más para Apple.

Instagram ha crecido de manera importante los últimos años, tanto es así que las personas más famosas como ( el ex presidente Barack Obama, la socialité Kim Kardashian y el ex gobernador de California y campeón Mr. Olympia Arnold Shwarzenegger ) prefieren compartir sus fotos por esta aplicación que por Facebook.

Instagram se ha posicionado en segundo lugar como la red social más influyente del mundo, detrás de Facebook, y hace poco anunciando la superación sobre Twitter. Para algunos adultos que no están relacionados con esta aplicación, Instagram parece un ejercicio casual de simplemente subir fotos; pero la cadena de televisión Chilena “24” menciona en un reportaje sobre la importancia de Instagram que “ Cada día se suben 80 millones de fotos; eso quiere decir que cada segundo hay 58 fotos en esta aplicación, Instagram tiene actualmente 400 millones de usuarios” Daniel Silva<sup>24</sup>

A partir de ese dato en esta comunidad puede haber fotos de cualquier tipo y dependiendo de la personalidad del usuario; por ejemplo , en Instagram existen 178 millones de fotos de comida que la gente sube para mostrarle a sus propios seguidores lo que está comiendo, o que cual es el lugar preferido para comer, también hay más de 10 millones de fotografías de mascotas , otras 10 millones más sobre paseos o vacaciones que la gente comparte.

---

<sup>23</sup> History, México . (2015). Nace Instagram . 2.mayo.2017, de History Channel Sitio web: <https://mx.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/nace-instagram>

<sup>24</sup> Silva Daniel . (2016). Instagram . 23.abril.2017, de 24 video Sitio web: <http://www.24horas.cl/tendencias/ciencia-tecnologia/instagram-el-boom-de-la-red-social-de-la-imagen-que-supera-a-twitter-1800786>



### 2.4.2 ¿Por que el fitness y el fisicoculturismo tienen éxito en Instagram?

Instagram no solo es una aplicación donde se puedan ver imágenes y/o videos; las personas hoy en día utilizan Instagram como medio de trabajo; para las figuras importantes del fitness esto les ha dado mayor fama a nivel mundial, más seguidores y mucha más demanda por parte de marcas que necesitan a atletas para patrocinar su producto por ejemplo (ropa, suplantación, alimentación, etc) Como herramienta de trabajo, no solo los atletas famosos la utilizan, si no que ahora cualquiera que haga deporte como crossfit, ballet, natación, fisicoculturismo, entre otros, pueden subir su imagen con alguna frase de motivación, algo que hable acerca de esa imagen y así la gente más adelante la pueda reconocer, etc.

Algo que distingue a Instagram es la utilización de “hashtags” (#) al poner un hashtag que se ha vuelto viral en la red en alguna foto la foto inmediatamente puede ser vista por cualquier persona que tenga descargada esta aplicación en su teléfono. Es por ello que los líderes de opinión o figuras del fitness mantienen esta conexión con sus seguidores.

Al ser la red social con mayor crecimiento y “engagement” del momento, según el diario Español *Súmate* “Instagram se ha convertido en un lugar de culto y fuente de inspiración para aquellas personas y marcas que promueven un estilo de vida saludable basado en el ejercicio y la dieta equilibrada. Los gurús del *fitness* nos sirven como modelos, nos dan consejos sobre ejercicio y alimentación y, en definitiva, se convierten en el vivo ejemplo de lo que puedes lograr con sus predicamentos”. Teresa Oreja <sup>25</sup>

Como se comentó anteriormente Instagram es utilizado como ya una herramienta para generar dinero, las marcas más importantes del mercado buscan llamar la atención los millenials y así introducirse en su mundo en una sola imagen o en un video que no dura más de un minuto. Esto es una campaña de marketing pues a los jóvenes no les interesa ver videos largos ni aburridos donde esperar llegar a la conclusión de “no quiero comprar este producto porque me aburrí” las empresas buscan lo más sencillo y con gente normal.

Cuando a un joven millennial se le presenta un producto para que lo consuman, con la foto de un actor famoso que gana al rededor de millones de dólares, la gente en este caso los jóvenes no creerán en el producto, pues piensan que ha sido solamente publicidad; pero si el producto anunciado por un joven o una joven que su vida es ser estudiante, trabajar y hacer ejercicio hay un 55% más de posibilidad que este sea consumido de inmediato; pues no sólo el contenido que genera el usuario ayuda a que la marca se humanice, sino que aumenta la confianza y, por ende, el atractivo.

---

<sup>25</sup> Teresa Oreja. (2016). ¿Por qué el ‘fitness’ y lo ‘healthy’ triunfan en Instagram?. mayo.2017, de *Súmate* Sitio web: <http://www.sumate.eu/2016/09/fitness-healthy-triunfan-instagram/>

Existen estrategias específicas para que los usuarios que ya tienen un sector definido en Instagram hacen mucho impacto en esta red social. Algunas de las características que tiene un líder de opinión ya basado en la industria del fitness en su cuenta de Instagram son las siguientes:

- Fotos demostrando: la fuerza, la constancia, la disciplina que invitan a los seguidores a inspirarse y a formar parte de su comunidad con un estilo de vida sano.
- Las figuras del fitness utilizan videos, donde le explican a sus seguidores como seguir una receta saludable o les enseñan a hacer cierto tipo de ejercicios y también utilizan los videos para mostrar la marca o productos que patrocinan.
- Los usuarios mantienen una comunidad muy unida, es ahí donde tienen el éxito de sus cuentas, entablan conversaciones con seguidores que viven al otro lado del mundo, motivándolos, inspirándolos a continuar con su vida en el fitness, eso hace que el seguidor se sienta en confianza y todo lo que el líder de opinión y/o figura del fitness haga, compre o como actúe el seguidor siempre hará lo mismo.
- Las figuras del fitness o “*influencers*” (personas con gran presencia y credibilidad en redes sociales gracias a su conocimiento en cierto sector)<sup>26</sup> buscan especialmente en hacer colaboraciones en videos, fotos o tutoriales con algún otro “*influencer*” así los seguidores de ambos usuarios se conectan y empiezan una comunidad aún más grande.
- Y por último un líder de opinión con mucha influencia en el fitness, siempre busca recrear el ejemplo con personas que han seguido su vida a diario y así demostrar que los productos consumidos, los ejercicios que muestran en las redes sociales sí funcionan.

Un “*influencer*” tiene toda la capacidad de saber como llevar una cuenta con más de 1 millón de seguidores, los cuales confían plenamente en ellos;

Instagram es también un arma de doble filo, como se dijo en la introducción en este tema no se hablara de las consecuencias negativas que tienen las redes digitales en la sociedad, pero es importante recalcar que no todo es verdad en las redes sociales.

Hace unos años empezó a hacerse viral en las redes sociales el “bullying” ( Se refiere al maltrato psicológico, físico o verbal, que se da durante un largo plazo de tiempo) . Por ende han sucedido muchas tragedias como el suicidio, asesinatos que comenten las personas afectadas etc..

Pero en las redes sociales es aún más frecuente encontrarse con este tipo de problemas pues en Instagram, al subir una foto es exponer la integridad, y el bienestar de la persona, pues está abierto a

---

<sup>26</sup>Del Lomo Ángel . (2013). ¿QUÉ ES UN INFLUENCER?. marzo.2017 , de Internetria Sitio web: <http://internetria.com/que-es-un-influencer/>

recibir comentarios negativos e insultantes por parte de los seguidores. Pero ¿cómo es que las figuras dedicadas al fitness toleran este tipo de comentarios?

Algunos atletas que se dedican al fisicoculturismo, en especial las mujeres, son quienes más sufren el bullying, pues el cuerpo de la mujer genéticamente no está diseñado para tener mucho músculo. Y algunas atletas han sido fuertemente atacadas por el hecho de tener el músculo un poco más desarrollado. Un ejemplo de ello es la Estadounidense, campeona Internacional de fisicoculturismo, Shanique Grant a sus 21 años es campeona de importantes eventos del culturismo, y su físico hace referencia a todas las mujeres que tienen miedo de acudir a un gimnasio o empezar a levantar pesas; hace unos días Shanique en su cuenta de Instagram subió una foto donde aparecían comentarios negativos hacia su persona, ella en lugar de molestarse o borrar los comentarios agregó en la foto lo siguiente: *“Cuando inicie mi camino en el fitness/fisicoculturismo recibía comentarios negativos por todos lados mientras mi cuerpo cambiaba, y déjame decirte algo, DOLÍA y mucho. Pero ahora como una mujer madura entiendo que no importa lo que hagas siempre habrá personas negativas, siempre habrá personas que quieran verte fallar, siempre habrá personas a quien no les agrades, siempre habrá personas que te llamarán por otro nombre y siempre habrá personas que tratarán y tratarán de meterse en ti. Pero sabes lo que tu tienes que hacer? Solo se una mejor persona. Dios te bendiga”* - Shanique Grant<sup>27</sup>.

Ella es una entre muchas mujeres que se hablarán durante la investigación que tienen que sufrir con el cyber acoso, pero siendo una figura pública que se dedica a dar mensajes de motivación y de aliento para todas sus seguidoras, tiene que dar un ejemplo de madurez y de inspiración .

### **2.4.3 YOUTUBE**

#### **Historia**

Youtube fue creada en febrero de 2005 por tres ex empleados de Paypal sus nombres son Chad Hurley, Jawed Karim y Steve Chen, la idea surgió de dos de los creadores, al querer compartir unos videos que habían tomado una noche antes en la fiesta, pero estos serán muy pesados e imposibles para compartir por correo electrónico; y fue ahí que nació la idea de crear una plataforma donde se pudieran ver videos con la extensión de tiempo ilimitada.

Durante du creación Youtube ha ido creciendo en cifras de una manera insostenible, en 2005 viendo todo el avance que tuvo la página web Nike contrató en Youtube un spot protagonizado por el fut-

---

<sup>27</sup> imagen en anexos Shanique Grant

bolista Ronaldinho, fue la primera vez que un futbolista “rompió el internet” al alcanza 5 millones 695 mil 320 visitas<sup>28</sup>.

A finales de 2005 Youtube recibía 50 millones de visitas diarias, en 2006 la compañía anunció que mas de 65 mil videos diarios su subían a la plataforma y estos recibían más de 100 millones de visitas todos los días.

Al pasar el tiempo Youtube confrontó una serie de problemas legales por los derechos de autor en sus videos; Google la plataforma de búsqueda más importante informo a los medios de comunicación que compraría la compañía por 1.650 millones de dólares; al final solo fue una noticia pues en ese tiempo no lo compró.

Youtube ha cambiando mucho a lo largo de 10 años han innovado y experimentado con el diseño de su página esto con el motivo de que el usuario quede “enganchado”. Según el libro ¡Mamá quiero ser Youtuber” los autores comentan que “ *Aunque Youtube ha implicado todos estos cambios de manera gradual, lo cierto es que su crecimiento como plataforma de referencia en el sector del video online ha sido exponencial*” Cristina Bonaga, Hector Turiel<sup>29</sup>

“Youtube además de ser la plataforma online número; uno es una de las principales fuentes de entretenimiento y de consultas de conocimiento de todo el mundo” agregan en el libro los autores.

#### **2.4.4 Los Youtubers y el porqué de su éxito**

La pregunta que todo mundo en la época actual es ¿quien o quienes son los *Youtubers*?, el término *Youtubers* acuña a todo aquel que sube videos a la plataforma.<sup>30</sup>

Para que la investigación se entienda un poco más un Youtuber, es aquel que sube videos de una manera muy frecuente con varios motivos, lo cuales sería, monetizar el número de visitas que obtienen, motivar en el caso de las figuras del fitness, enseñar como es en los tutoriales etc..

Los Youtubers tienen algo en común, quieren ser influencias en las personas que ven sus videos, estas influencias invaden las redes sociales y lograr cambiar la opinión y el comportamiento de sus seguidores a travez de una capacidad de comunicación muy normal entre los jóvenes.

---

<sup>28</sup> Enlace video Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=Z6JdxaDDzb8>

<sup>29</sup> Cristina Bonaga, Hector Turiel . (2016). Y al séptimo día google compró Youtube. En ¡Mamá quiero ser Youtuber! (5). España: Grupo Planeta.

<sup>30</sup> Cristina Bonaga, Hector Turiel . (2016). Quienes son los Youtubers . En ¡Mamá quiero ser Youtuber! (9). España: Grupo Planeta.

La autora Cristina Bonaga comenta : “ *Existe un error muy común en asociar la capacidad de “ influenciar” con el hecho de ser popular y/o tener muchos seguidores en las redes sociales. Lo cierto es que hay muchas personas que acumulan una gran masa de seguidores, pero a la vez no consiguen ejercer ningún impacto sobre esas personas”* <sup>31</sup>

Pero ¿porqué los Youtuber tienen tanto éxito?

Un Youtuber hoy en día se puede equivaler a un artista en Hollywood, la gente cuando los ve en la calle corre a saludarlos, piden fotos, autógrafos como si fuesen artistas, pero en realidad son personas con tal vez menos años que los mismos seguidores, pero a su vez han causado un impacto muy grande en sus vidas. Ser un Youtuber es un trabajo de tiempo completo, se tiene que dedicar todo el tiempo y a todas horas documentar pedazos de sus vidas que puedan llegar a causar conmoción entre los seguidores. El éxito que han obtenido los Youtubers son gracias a la naturalidad, espontaneidad y emoción e intimidad que le ponen en sus videos esto hace que sean mucho más accesibles y la gente pueda experimentar esos mismos sentimientos con el “*videobloguero*” ( término que se acuña a la persona que graba su vida diaria)

Haciendo investigaciones, otro de los éxitos que obtienen los Youtubers, es gracias a la misma plataforma, Youtube cuenta con una bandeja de comentarios debajo de cada videos, así el seguidor puede entablar conversaciones con el usuario y sentirse mucho más conectados con ellos. Hoy en día Youtube como plataforma por cada visita que un Youtuber tiene en su canal es monetizado, convirtiéndose en otra herramienta de trabajo para los millenials.

#### **2.4.5 .- FIGURAS PUBLICAS E INFLUENCERS**

El concepto de líder de opinión, según el Diccionario del Instituto Nacional de Estudios Políticos, A.C. (INEP), un líder de opinión es “*una persona u organización capaz de ejercer influencia sobre las actitudes o la conducta de otros individuos, en forma deliberada, hacia ciertas formas de pensar o de actuar, cuyos puntos de vista son tomados como modelo por un grupo social o una comunidad.*”

Para Karlz y Lazarsfeld un líder de opinión tiene que tener cierto carisma, tiene que ser reconocido y tiene que saber representar bien a un cierto grupo de persona, además estos líderes de opinión de-

---

<sup>31</sup> Cristina Bonaga, Hector Turiel . (2016). Quienes son los Youtubers . En ¡Mamá quiero ser Youtuber! (9). España: Grupo Planeta.

ben saber de los temas en los cuales son identificados de una manera mucho más especializada y profunda.

Un líder de opinión tiene que expresarse de manera clara y concisa para que sus seguidores confíen plenamente en él y sus argumentos, un líder de opinión debe mantener una conexión muy cercana con sus seguidores; existen algunas cualidades que debe tener un líder de opinión según la revista Española Randstad Research debe :

- Tener inteligencia emocional, así puede cautivar y conmover a sus seguidores.
- Conocimiento específico del tema en el cual ellos se desempeñan.
- Saber como dar a explicar los mensajes que dan a su propia audiencia; es de suma importancia que dependiendo del “*target*” (objetivo) que ellos deseen incorporarse, es como deben de hablarle a la audiencia.

En el mundo existen mucho tipos de líderes de opinión, pero en esta investigación solamente nos enfocaremos en un tipo: Los líderes de opinión en la red. Ellos son los *Youtubers*, *blogueros*, *influencers* etc..

En la red un Youtuber se ha convertido en un líder de opinión con el hecho de compartir su vida diaria con sus seguidores, compartiendo experiencias, un estilo de vida, todo lo que les ocurra en un día un youtuber tiene la capacidad de convertirlo en una historia y así la gente se queda aproximadamente 25 minutos en la plataforma de Youtube para escucharlos.

#### **2.4.5.- Ejemplos de *influencers* en la industria del fitness**

Hoy en día existen miles de líderes de opinión que inundan internet, pero en esta investigación podremos como ejemplos a 3 de los más destacados *influencers* y *Youtubers*.

1. Blogilates: Es el nombre del canal de Cassey Ho; una chica Asiática- Americana que vive en los Estados Unidos ( Los Ángeles), es una entrenadora certificada de Pilates, entrenadora de fitness y una “top influencer”; ella hace videos en youtube de como hacer Pilates en casa, sin necesidad de un gimnasio o de algún aparato cerca; pero sus videos la hacen especial, su actitud positiva y siempre sonriente, demuestra que hacer

ejercicio es posible en cualquier lugar; Cassey Ho ha ganado millones de seguidores por sus ejercicios y recetas de comida. <sup>32</sup>

1. Heidi Somers; una chica de 28 años que ha pasado de ser delgada a sufrir sobrepeso, para luego encontrar su verdadera vacación en el mundo del fitness; Heidi alias (buffbunny) cuenta con 476 mil 274 suscriptores en Youtube y con 1.5 millones de seguidores en Instagram, Buffbunny ha sido una inspiración para cualquier chica que quiera empezar su viaje en el mundo del fitness ya sea encontrando recetas de cocina o saber más sobre las competencias, con videos, fotos, y su propia marca de ropa Heidi Somers se ha posicionado en una influencer muy poderosa en la industria del fitness en EE.UU. <sup>33</sup>
2. Dwayne “The rock” Johnson, el actor de Hollywood es uno de los influencers mas reconocidos en el mundo, no solo por sus épicas películas, si no que también por su manera de entrenar y motivar a sus seguidores a través de su cuenta en Instagram. “La roca” cuenta con 85.4 millones de seguidores en esta aplicación, donde además de subir anuncios sobre sus películas, se ha destacado por ser un atleta ejemplo. <sup>34</sup>

Ellos son algunos ejemplos de influencers más reconocidos en la industria del fitness en Estados Unidos; existen mucho más que están logrando posicionarse en esta industria, y que seguramente en unos meses se verán en los top 10. La investigación se basará en otros tres influencers, competidores y youtubers; que las personas a las cuales se entrevistaron eligieron en común.

---

<sup>32</sup> Imagen en anexos. Cassey Ho.

<sup>33</sup> Imagen en anexos. Heidi Somers

<sup>34</sup> imagen en anexos. Dwayne “the rock” Johnson