

CAPITULO III : MARCO METODOLÓGICO

3.1 ¿En qué documentos se basará la tesina?

La tesina será apoyada por libros sobre comunicación y redes sociales, artículos en internet que serán tomados por revistas importantes, comentarios de seguidores que se encuentran en las cuentas de los influencers de los cuales se hablará en el proyecto y se basará en las respuestas de las entrevistas que se realizaran.

3.2 Estudios Cualitativos

Para esta investigación se utilizará el método cualitativo, donde se realizará entrevistas a las personas que se han identificado con los líderes de opinión (influencers) que se han hablado en el proyecto.

Como se mencionó en el objetivo específico se busca realizar 5 entrevistas a personas diferentes que hayan transformado su vida estando en contacto a través de sus redes sociales con estas figuras del fitness.

El tiempo que utilizaré para la investigación será de 7 meses; en los cuales mediré gradualmente como ha sido el impacto de las personas a las cuales serán entrevistadas. El lugar de la investigación será todo a través de estas redes sociales.

3.2.1 ¿ A quien está dirigido el proyecto?

El proyecto será dirigido, a todas aquellas personas, jóvenes millenials que están interesados en transformar su vida a través del ejercicio físico; de una manera muy sencilla podrán motivarse y aprender nuevos estilos de entrenamientos, como comer de manera saludable, como cocinar esa comida saludable, como ser un competidor de fitness; conocer un poco más sobre la industria.

Todo esto solamente con dos herramientas muy sencillas de utilizar, Instagram y Youtube; además a través de estas redes sociales podrán conocer más sobre los líderes de opinión o los influencers que más les gusta; siguiendo todo lo que ellos hacen, como se ejercitan, como comen, que lugares visitan etc..

Este proyecto va dirigido a jóvenes “*Entrepreneurs*”(emprendedores) que desean empezar un negocio o convertirse en entrepreneurs por las redes sociales. En esta investigación se podrá dar a conocer como los influencers de las redes sociales viven para ganarse la vida a través de videos.

3.2.2.- ¿ Para que utilizan las redes sociales los millenials?

Los millennials conocidos como generación “Y” como ya se mencionó en la introducción, son jóvenes que nacieron con la era digital, en Estados Unidos, los millennials superar cerca del 25% de la población y en México existen cerca de 46 millones de millennials, jóvenes entre 15 y 34 años; asegura la sociología e investigadora de la UNAM Dinorah Miller.³⁵

Existen muchos motivos por el cuales las personas utilizan las redes sociales; pero los millennials tienen ciertas características que los hacen que sobresalgan de la sociedad, utilizando las redes sociales como punto a su favor.

- Trabajo: Los millennials a través de aplicaciones de los teléfonos celulares, pueden encontrar trabajo mucho más fácil, viendo un anuncio o descargando “apps” (*aplicaciones*) de trabajo para ser contratados de inmediato, sin necesidad de hacer entrevistas formales.
- Un estudio que realizó Global web Index muestra una encuesta donde tomó datos de 33 países diferentes y con jóvenes de entre 16 hasta adultos de 64 años; y se les preguntó ¿cuál era el motivo para utilizar las redes sociales? Las respuestas fueron³⁶:
 - 55% de las personas respondieron que las utilizaban para saber que era lo que sus amigos estaban haciendo.
 - 41% de los encuestados respondió; para mantenerme informados de lo que está ocurriendo en el mundo.
 - 41% de la población encuestada respondió que las utiliza para pasar el rato.
 - El 38% lo hace para compartir fotos, videos y artículos con sus amigos.

Muchas de las personas, en especial los millennials sienten que a raíz de las redes sociales, pueden estar más cercanos a un familiar, a una figura pública (actor, atleta, modelo), están más familiarizados con los productos que las marcas ahora venden por internet, inclusive las compras por Internet han superado las compras que se hacían por televisión o se escuchaban en la radio. Pues ahora al

³⁵Miller, Dinorah . (2015). paradoja de los Millennials . abril.2017, de milenio Sitio web: http://www.milenio.com/tribunamilenio/alguien_entiende_a_los_millennials/millennials-jovenes_millennials_mexicanos-entender_jovenes_millennials_13_544875509.html

³⁶ Adveischool . (2015). ¿Por Qué Usamos las Redes Sociales?. abril.2017, de Adveischool Sitio web: <https://adveischool.com/por-que-usamos-las-redes-sociales/>

estar más en contacto con ellas, los millenials tienen voz y voto sobre cualquier marca y/o producto anunciado por internet.

Los millenials también utilizan las redes sociales como motivación, en este caso se hablará de Instagram y Youtube las dos plataformas más utilizadas por los jóvenes; según Thomas Smale, fundador de la FE International, dice que: “ *“Espiar” un poco en la vida de las personas realmente exitosas a través de fotografías con filtros y videos de 15 segundos puede darte inspiración constante y motivación extra cuando te sientas frustrado o cansado. Incluso puedes copiar sus estrategias y convertirte en una figura admirable en esta red.*³⁷”

Esa es la magia por la cual Instagram y Youtube se han vuelto tan populares, los millennials, entrepreneurs e influencers utilizan estas herramientas para poder ayudar, motivar e inspirar a todas las personas que como ellos, buscan una oportunidad para triunfar en las redes sociales.

3.2.3.- ¿Quiénes son los entrevistados en el proyecto y dónde se encontraron ?

En esta tesina se realizará una investigación sobre el impacto que han causado las redes sociales en el mundo del fitness y el fisicoculturismo a través de entrevistas.

¿Quiénes son los entrevistados?

1. Tayler Chambers; una chica de 24 años que vive en Youngstown, Ohio.
2. Liorah Curtis , una mamá de dos gemelos; campeona de fitness, y es patrocinada por marcas de suplementos y ropa
3. Juan Miguel Garrido Gallegos, joven de 22 años, atleta del IFBB , estudiante y entrenador.
4. Ricardo Del Moral joven de 29 años, psicólogo y cantante y deportista.
5. Carlos Machaca Pineda, entrenador y atleta profesional.

³⁷ Smale Thomas . (2015). 7 cuentas de Instagram que inspiran. abril.2017, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/268290>

3.2.4 ¿Dónde se encontraron a los entrevistados?

Las dos primeras entrevistas fueron a través de Instagram por medio de una aplicación. Esta aplicación (EmilyTV)³⁸ que la atleta Emily Hayden fundó en año pasado (2016) , hizo de ella una comunidad de atletas de todo el mundo (todo aquel que pagará 27 dólares al mes por la suscripción) y en esta aplicación donde se comparten fotos, videos y se hacen preguntas directamente a la creadora; se encontraron a dos jóvenes que residen en Estados Unidos y que siguen a Emily Hayden hace más de tres años cuando inició su canal de Youtube.

Las otras tres personas viven en México; los tres residen en la ciudad de Puebla; con estas tres personas se tuvo un acercamiento mucho mayor; ya que se conoce un poco más de su estilo de vida y fue más sencillo acudir con ellos para entrevistarlos.

Los entrevistados tienen algo en común, todos son deportistas y siguen a través de las redes sociales alguna influencer que le ha cambiado la vida de una manera positiva por medio de sus publicaciones.

3.2.5 ¿Cuál será el proceso que se llevará a cabo en las preguntas?

Se realizarán las preguntas tomando en cuenta a la personalidad de los entrevistados; las entrevistas serán realizadas por correo electrónico, Instagram, y en persona.

La estructura que realizaré en las preguntas será de la siguiente manera:

1.- Se harán seis preguntas sobre la vida personal de cada uno de los entrevistados, sobre cuál es el influencer, Youtuber o líder de opinión en el fitness que más siguen, y como se mantienen motivados a través de las redes sociales.

Preguntas que se le realizarán a los entrevistados

1.- Se harán cinco preguntas sobre su vida personal:

Nombre y Edad:

1.- ¿A que te dedicas? What do you do?

2.- ¿Cómo describirías tu estilo de vida? // How would you describe your lifestyle?

³⁸ imagen en anexos. Emily Hayden's app.

3.- ¿Hace cuanto tiempo llevas haciendo ejercicio? // How long how have you been doing exercise?

4.- ¿Haz competido alguna vez? // Have you competed before?

5.- ¿Cuál es tu mayor meta en el fisicoculturismo? // What is your main goal on your fitness journey?

6.-¿Cuál es la red social que más utilizas? // Which is the social network that more you use?

2.- Se harán cinco preguntas sobre el líder de opinión que más siguen:

1.- ¿Quién es la figura pública a la que más sigues en las redes sociales ? // Who is the most influencer, YouTuber or fitness figure you follow the most?

2.- ¿Cómo es que supiste de Ella/El ? // How did you know about she/he?

3.- ¿Hace cuando la sigues? Since when did you follow her/him?

4.- ¿La ó lo haz conocido en persona? Have you ever met her/him in person?

5.- ¿Que te gusta más de ella/el? // What is the most you like about him/her?

3.- Y se harán cinco preguntas sobre que los mantiene motivados:

1.- ¿Qué tan motivado te sientes al ver sus publicaciones?// Do you feel motivation on his publications?

2.- ¿Qué es lo que hace para seguir estando motivada? what do you do to still motivated?

3.- Recuerdas alguna foto o video (de ella o el) que te haya motivado para empezar su vida en el fitness? // Do you remember a photo or a video that they posted and you feel Immediately motivated to start with your fitness journey?

4.- Piensas en algún momento seguir los pasos de tu ídolo, subir fotos y videos de motivación? // Have you thought about following the same steps as you idol did? star with youtube videos, still motivated on Instagram?

5.- ¿Qué consejo le darías a alguien(a través de una foto o video) que quiera empezar en el mundo del fitness? // Can you tell me one advice you will give on a photo or video, to everyone who wants to start in the fitness industry?

3.2.6 ¿Quiénes son las figuras públicas del fitness a investigar ?

1. Amanda Bucci³⁹ es una de las influencers más poderosas en Estados Unidos una chica de 23 años que compete en la NPC bikini (National Physique Committe), USAPL

³⁹ Imagen en anexos. Amanda Bucci

(USA Powerlifting) , es Youtuber, hace podcast para su propia página web y Itunes, y es es 100% empresaria de su propio tiempo y trabajo, que es hacer videos en Youtube; Amanda Bucci cuenta con 166 mil 593 subscriptores en Youtube y 472 mil seguidores en Instagram, Bucci, ha logrado obtener en una solo fotografía más de 80 mil “likes” (me gusta) , en ella se puede apreciar a Amanda comparando dos fotografías, la primera donde muestra su cuerpo tal y como es; sin filtros, con un mal ángulo en la posición de su cuerpo y totalmente relajada.; y la segunda se muestra todo lo contrario, una de las razones por lo que la Youtuber hizo esta foto tan viral, fue para motivar a sus seguidoras a que se quieran como son sin necesidad de fingir en las fotos. ⁴⁰Gracias a esa fotografía Bucci fue mencionada en muchas revistas de todo el mundo. Lo que la hace tan influyente, es como ayuda, motiva e inspira a otras personas con sus videos diarios y fotos sobre sus propios cambios y experiencias de vida. Amanda es patrocinada por varias empresas de Estados Unidos dedicadas al fitness y con su canal y cuenta de Instagram logra vender sus productos y así ganar dinero.

2. Emily Hayden⁴¹ al igual que Amanda Bucci, tiene más de mil de seguidores en su canal de Youtube , cuenta con (59 mil 420 subscriptores) y en Instagram (234 mil seguidores) tiene 25 años y es una Youtuber y competidora profesional en fitness bikini (IFBB PRO) Emily fue nominada a una de las youtubers de más inspiración y motivación por sus videos, ella ayuda a las chicas a superarse todos los días, y siendo competidora profesional, en sus videos y fotografías en Instagram ayuda a otras chicas que quieran competir, seguir su rutina diaria. Tiene patrocinios de marcas de ropa importantes en Estados Unidos, al igual que productos de suplementación y pronto sacará su linea de ropa. Hayden inició su canal de Youtube para grabar su rutina mientras se preparaba para competir en bikini fitness, lo cual a la mayoría de la gente le llamo la atención y le pidieron que subiera cada vez más videos. Ahora ella además de seguir compitiendo, se presenta en exposiciones de fitness a lo largo se todo el mundo, dando platicas de motivación y conociendo a sus fans.

⁴⁰ Imagen en anexos. Amanda Bucci Photo Flex.

⁴¹ Imagen en anexos. Emily Hayden

3. Jeremy Buendia⁴² El chico de 27 años, 3 veces campeón mundial en fisicoculturismo, categoría (Men's physique) es uno de los influencers más famosos de la red. Cuenta con 85 mil 486 suscriptores en su canal de Youtube y con 1.1 millones de seguidores en su cuenta de Instagram, aunque Jeremy Buendia no es youtuber como las dos chicas mencionadas anteriormente, Jeremy es atleta profesional , entrenador y modelo de marcas muy importantes en Estados Unidos, es conocido por todo el mundo como el 3 veces campeón Mr. Olympia, lo que hace que sus seguidores se sientan motivados cada vez que el sube alguna video de su entrenamiento o alguna fotografía. Jeremy cuenta con su propia linea de ropa y con su marca de suplementación, su entrenador es conocido por ser el entrenador de “La roca”, lo cual hace que tenga más popularidad. Jeremy igual que Emily y Amanda se presenta en todas las exposiciones de fitness más importantes como en Australia, Alemania y Londres; da conferencias y seminarios para los jóvenes que quieren emprender su mismo camino.

3.3 FOCUS GROUP:

En esta parte de la entrevista, después de haberse realizado las preguntas, se llevó a cabo un foro de discusión; cabe destacar que la redacción de lo que sucedió en el Focus Group será traspasada a manera de crónica.

Dos entrenadores certificados, dos atletas, uno dedicado al fisicoculturismo y otro al crossfit, y una experta en “*social media*” (redes sociales) y marketing; se juntaron para hablar acerca del el propósito de las redes sociales en esta industria, y se indagó en como los líderes de opinión han motivado a las personas a ser más saludables, a llevar un estilo de vida, inclusive a promocionar marcas y producto.

Se sabrá cual ha sido el impacto que la industria del fitness y fisicoculturismo han creado a travez de las redes sociales, y como es que atletas comunes, se han vuelto cada vez más populares y han ganado dinero con el hecho de subir fotografías y videos entrenando. En este Foro de discusión se intentará responder la hipótesis establecida, junto con el planteamiento de la investigación.

⁴² Imagen en anexos. Jeremy Buendia