



**PROYECTO PARA EL DIPLOMADO:
IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS
MULTIMEDIA – 2021**

NOMBRE: CÉSAR FABRICIO SÁNCHEZ CARRANZA

2021

Íconos del fútbol: FIFAnáticos

1. Resumen ejecutivo

FIFAnáticos es una sección informativa multimedia referida al popular videojuego del FIFA enfocado, principalmente, en la inteligencia emocional.

FIFAnáticos es un espacio donde no solo se informa respecto a las novedades del videojuego, sino que da tips, consejos, entre otros, sobre cómo controlar la ira y evitar los “lloros” al momento de jugar al FIFA. Esto debido, en primer lugar, a que los propios jugadores del juego identificaron que la cabeza (no enojarse ni desesperarse al jugar) es el elemento más importante para ganar – además de otros como tener buena cartas, buena conexión, etc-; y en segundo lugar a que el FIFA ya fue identificado como uno de los cinco videojuegos con mayor riesgo de provocar un infarto, según un estudio del sitio especializado BonusFinder.

FIFAnáticos, cabe destacar, será una sección dentro del portal ‘Íconos del fútbol’ (<https://iconosdelfutbol.wordpress.com>) misma que dará información actualizada, relevante y verificada del fútbol boliviano y también internacional, pues el FIFAnático no solo está interesado en el videojuego, sino en el fútbol en general. “A todo FIFAnático le gusta el fútbol, pero no a todo el futbolero le gusta el FIFA”.

Asimismo, se cuenta con una página de Facebook (<https://www.facebook.com/iconosdelfutbol>) y, a futuro, se creará un canal de YouTube, pues son esos tres medios (página web, Facebook y YouTube) los más usados por los FIFAnáticos para informarse sobre el videojuego.

El proyecto de Íconos del fútbol y sobre todo FIFAnáticos fue validado tras una etapa de empatía que constó en conversaciones con jugadores profesionales y no profesionales del FIFA, además de encuestas a la comunidad Fífera ([Ver la fase de empatía](#)).

Con base en esos insumos, para el proyecto de FIFAnáticos se realizaron tres productos para prototipar: un blog (<https://iconosdelfutbol.wordpress.com>), posteos en la red social del Facebook (<https://www.facebook.com/iconosdelfutbol>) y un video promocional.

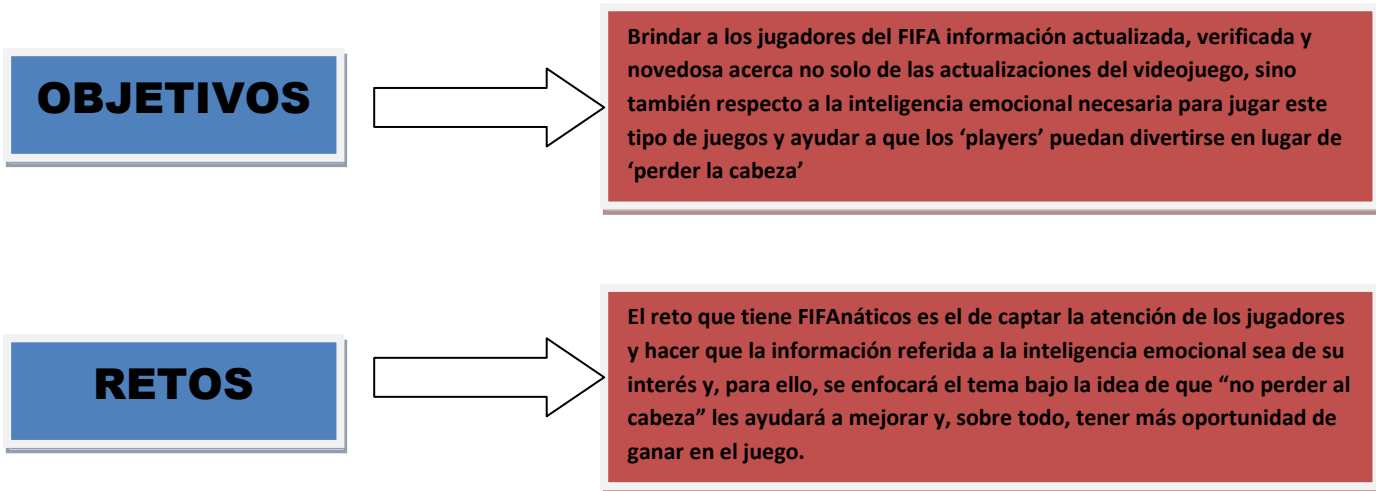
2. Planteamiento del problema

Tras la etapa de empatía con el público objetivo del proyecto, se identificó que uno de los principales problemas que tienen los jugadores del FIFA es el de no poder controlar sus emociones al momento de jugar, sobre todo, en línea.

Los FIFAnáticos tienden a “perder la cabeza” – con enojos y, como ellos lo denominan, lloros- cuando las cosas no les salen bien y tienen una racha de derrotas en el videojuego.

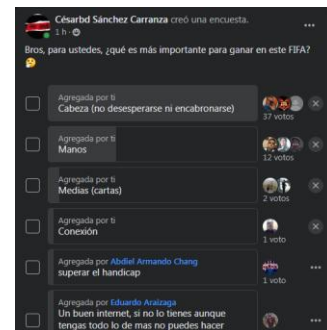
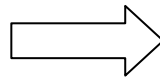
Así, además, los FIFAnáticos tampoco cuentan con un medio informativo que les dé información respecto a la inteligencia emocional al momento de jugar y menos consejos de cómo controlar la ira y los “lloros” que puede provocarte el videojuego.

3. Objetivos y retos

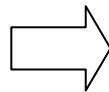


4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia

Para conocer a la audiencia, en primer lugar, se tuvo conversaciones con jugadores del videojuego, tanto a nivel amateur como pre-profesional (que compite en torneos locales). Asimismo, se tuvo interacciones y encuestas online – a través del grupos de Facebook- con la comunidad fifera no solo de Bolivia, sino latinoamericana.



Además, también se usó el fan page de Íconos del Fútbol (de propiedad propia- más de 7 mil seguidores) para postear información del FIFA y conocer su alcance. Se interactuó con jugadores a través de post grupales en el Facebook y el chat interno de la consola del Play Station 4.



* VER LA FASE DE EMPATÍA [HACIENDO CLICK AQUÍ](#)

5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada

Es así que, como se explicó en el punto anterior, la propuesta se diseñó y planteó en base a los insumos recogidos en las conversaciones, encuestas online e interacciones con otros ‘players’ tanto en grupos de FIFA del Facebook y el chat interno de la consola del Play Station 4.

Aunque hay algunas notas “sueltas” referidas a estudios de los riesgos de los videojuegos – entre los que se menciona el FIFA- no hay una página deportiva que tenga una sección específica de lo que es la inteligencia emocional para jugar al FIFA. En ese sentido, para diseñar la propuesta se tomó los consejos de todos los invitados que se tuvo en el Laboratorio, particularmente de Sebastián Penone, quien sugirió publicar notas de fútbol utilizando imágenes o elementos del FIFA y de Paola Virrueta, quien ayudó a aterrizar la idea de la inteligencia emocional.

6. Plan de negocios o estudio de costos

Para la ejecución del proyecto se necesita, en primer lugar, invertir en la creación, diseño y dominio de un sitio web.

Para ello se necesita una inversión total de 1.250 bolivianos (Bs 1000 el diseño, Bs 150 el Hosting; y Bs 100 el dominio), según la cotización realizada.

Inicialmente, la creación de la fan page de Facebook y el canal de YouTube son gratuitos; sin embargo, no se descarta realizar publicaciones pagadas para lograr un mayor alcance.

Al tener una página web, los ingresos serían recaudados a través de la publicidad que se pueda tener en el medio. Asimismo, es de resaltar que se puede generar ingresos a través de YouTube y Facebook, siempre y cuando se logre generar una buena cantidad de visitas, likes y suscriptores.

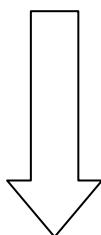
7. Calidad de la idea

FIFAnáticos es una sección informativa que busca lograr un cambio en la mentalidad y visión de los jugadores del FIFA para evitar que el videojuego pase de ser un medio de entretenimiento a un elemento que, incluso, puede poner en riesgo su salud mental y hasta física.

En el entendido de que la misión del periodismo – como un bien social en su conjunto- no solo es informar, sino el de entretener y educar, resulta importante que se dé información referida a los riesgos – mentales y físicos- que puede tener un videojuego tan popular como es el FIFA, así como otras actividades cotidianas.

8. Calidad del proyecto

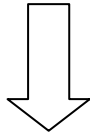
En primer lugar, se presentó al público post con información referida al FIFA. Las publicaciones fueron realizadas en el fanpage de Íconos del Fútbol y tuvo una buena llegada al público.



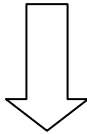


Asimismo, se diseñó un prototipo de lo que será la página web de Íconos y la sección de FIFAnáticos. En la misma, se publicó información sobre:

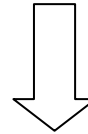
Inteligencia emocional



Fútbol boliviano



Novedades del videojuego



El blog fue mostrado a dos jugadores (no profesionales) del videojuego, quienes aprobaron la información y el diseño, aunque recomendaron añadir más recursos en las notas (fotos, videos, etc).

Asimismo, [se difundió en el Facebook, un video](#) respecto a la inteligencia emocional y los tipos de jugadores en el FIFA.