

# EL VIAJE DEL FUTBOLISTA

por Juan Pedro Díaz Díaz



## **"THE FOOTBALLER'S JOURNEY"**

---

### **CREANDO UN AULA VIRTUAL Y TALLERES GAMIFICADOS SOBRE LA CARRERA DUAL DEL FUTBOLISTA.**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER DE IEBS: GAMIFICACIÓN Y NARRATIVA TRANSMEDIA.**



# Indice

- **01. Abstract.**
- **02. Resumen y agradecimientos.**
- **03. Introducción.**
  - **3.1.- Estado del arte.**
    - 3.1.1.- Introducción: marco europeo para el desarrollo de la doble carrera del deportista.
    - 3.1.2.- Proyectos desarrollados.
  - **3.2.- Descripción del reto y solución aportada.**
- **04. Capítulos relativos a los fundamentos teóricos.**
  - **4.1. Eje 1: narrativa.**
  - **4.2. Eje 2: mecánicas.**
  - **4.3. Eje 3: estética.**
  - **4.4. Eje 4: tecnología.**
- **05. Capítulos relativos a la parte práctica.**
  - **5.1. Protocolo del gamificador.**
    - 5.1.1. Reunión de briefing.
    - 5.1.2. Creación del equipo de trabajo y sesión de brainstorming.
    - 5.1.3. Métricas e indicadores.
    - 5.1.4. Showcase.
    - 5.1.5. Segmentar usuarios.
    - 5.1.6. Diseño de la gamificación: mecánicas; misiones; elementos de juego; capa narrativa.
  - **5.2. Universo narrativo. creación de una estructura narrativa en tres pilares: emocional, matemático y narrativo.**
    - 5.2.1. Pilar emocional.
    - 5.2.2. Pilar matemático.
    - 5.2.3. Pilar narrativo.
  - **5.3. Estrategia transmedia.**
  - **5.4. Dinámicas, mecánicas y elementos de juego.**
    - 5.4.1. Dinámicas.
    - 5.4.2. Mecánicas.
    - 5.4.3. Elementos de juego.
    - 5.4.4. Balancing.
    - 5.4.5. Mapa de la experiencia: visual game design document.

- 5.5. Pilar estético.
  - 5.6. Pilar tecnológico.
- 06.- Resultados y playtest.
- 07.- Conclusiones.
- 08.- Líneas de futuro.
- 09.- Bibliografía y webgrafía.
  - 9.1. Bibliografía
  - 9.2. Webgrafía
- 10.- Lista de figuras.
- 11.- Anexos.
  - 11.1. Anexo I
  - 11.2. Anexo II



## Juan Pedro Díaz Díaz

Mapmaker, apasionado del diseño y gestión de proyectos internacionales relacionados con la formación y el empleo de las personas. Actualmente es CEO de IamFootbal SL, empresa que dirige desde el año 2015. Ha sido pionero en la promoción de la movilidad transnacional enfocada al aprendizaje y el trabajo, promoviendo, creando y dirigiendo proyectos de formación, aprendizaje y empleo para muchas instituciones y empresas europeas. Desde el año 2013 trabaja en la industria del deporte, especialmente el fútbol, donde aporta su experiencia para diseñar proyectos relacionados con el desarrollo personal y profesional de los RRHH del deporte.

# 1

## Abstrac

El **tema del que trata este trabajo es la carrera dual del futbolista**, una herramienta y concepto que forma parte importante del modelo deportivo europeo. El propósito es crear un sistema **The Footballer's Journey**, para ofrecer a los jóvenes deportistas conceptos, metodologías y herramientas, que les orienten y motiven en sus comportamientos durante sus etapas de deportista, con el objetivo de formarse para ejercer una profesión una vez terminada su carrera deportiva.

El **reto** de este **proyecto gamificado** para los usuarios será que construyan su propia **ruta o mapa de aprendizaje permanente, que denominaremos The Footballer's Journey/ El Viaje del Futbolista**. Para ello hemos diseñado una **solución formativa gamificada** impartida a través de **tres workshops temáticos**, y un conjunto de actividades complementarias desarrolladas en un aula virtual mediante de una **plataforma Moodle: iamsport+academy**.

Los **segmentos de usuarios** son tres: 1) los **jóvenes jugadores** de fútbol; 2) los **profesores y entrenadores**; 3) los **padres y madres** de los alumnos.

**Palabras clave:** deporte, fútbol, jóvenes, carrera dual, aprendizaje permanente, movilidad transnacional, competencias transversales, formación, gamificación, dinámicas, mecánicas, elementos de juego, narrativa, estéticas, tecnología, empleabilidad, modelo deportivo europeo.

# 2

## Resumen y agradecimientos

A modo de resumen, vamos a resaltar algunos aspectos sobre el trabajo que aquí presentamos.

En primer lugar, la metodología aplicada a este proyecto se ha centrado en cubrir una **necesidad** que tienen los actores principales de nuestro sistema:

- A) por un lado, la necesidad que tienen los **jóvenes futbolistas de motivación y sensibilización para compatibilizar la carrera deportiva y la carrera académica y formativa**; y,
- B) la **necesidad** que tienen las **instituciones del fútbol, clubes, federaciones, academias de fútbol, centros de formación, entre otras**, de disponer de herramientas formativas sobre la carrera dual del deportista.

El proyecto ofrece una **solución innovadora**, que hemos desarrollado siguiendo el **protocolo del gamificador** y apoyándonos en: todo el conjunto de conocimientos, teorías de autores relevantes, herramientas y metodologías, que hemos aprendido en el **máster de Gamificación y Narrativa Transmedia de IEBS**, más el conjunto de **conocimientos, competencias y habilidades** desarrolladas a lo largo de nuestra trayectoria profesional.

El desarrollo práctico del proyecto ofrece un **conjunto de mecánicas y elementos de juego diseñadas para conseguir motivar a los usuarios**, que son **jugadores y jugadoras de fútbol de entre 16 y 18 años**, para que **diseñen y creen su propia ruta o mapa de aprendizaje permanente: The footballer's Journey – TFJ-**. Todo ello se impartirá a través de **tres workshops temáticos**, y un conjunto de actividades complementarias desarrolladas en un aula virtual mediante de una **plataforma Moodle: iamsport+academy**.

La solución esta ideada para que **otros dos segmentos de usuarios** participen en el desarrollo de la acción gamificada, ya que son imprescindibles para poder conseguir los comportamientos deseados de los alumnos, nos estamos refiriendo a los **entrenadores y profesores, y a los padres y madres de los jóvenes jugadores**.

## Agradecimientos

*"Victory is always possible for the person who refuses to stop fighting" N.Hill*

Durante estos últimos años he dedicado gran parte de mi tiempo al estudio del **modelo deportivo europeo**, y a uno de sus elementos más importantes: [la carrera dual del deportista](#).

Este trabajo se lo quiero **dedicar a todos los jóvenes que viven el deporte de manera apasionada**, con grandes perspectivas de llegar a ser deportistas profesionales, y que necesitan una brújula que los guie para transitar con éxito por ese viaje que tienen que recorrer y que sin duda está lleno de obstáculos que deberán superar.

Por supuesto, esta creación ha sido posible gracias a todo lo que he aprendido en este ultimo año en el **Máster de IEBS de Gamificación y Narrativa Transmedia**.

Definitivamente, **ha sido un año memorable** y de mucho trabajo, donde he descubierto una manera diferente de diseñar e impartir formación y aprendizaje.

Quiero **agradecer a IEBS** por haberme dado esta oportunidad, y sobre todo al **conjunto de magníficos profesores y profesoras que me han instruido** en este maravilloso universo de la gamificación y las estrategias de comunicación transmedia, que desconocía. Ellos son los que **han conseguido motivarme para que entrara en el círculo mágico de su universo narrativo**. Porque debo confesar que he tenido momentos críticos, esos en los que las fuerzas flaquean, y entran ganas de dimitir. Pero como reza la frase que he elegido para encabezar estos agradecimientos, solo los que siguen adelante consiguen sus objetivos.

Es justo mencionar, que esto no hubiera sido posible sin el bagaje reunido durante los últimos años en la industria del deporte, especialmente en el fútbol, por lo que **agradecezco la confianza depositada a todas las personas, que he tenido de interlocutores y que representan a las instituciones y organizaciones con las que he trabajado**.



Gracias a la [Real Federación Andaluza de Fútbol – RFAF](#)- por abrirme la puerta de este deporte, por creer en el proyecto que les presentamos, que tanto bien ha hecho a muchos jóvenes entrenadores de fútbol de Andalucía.

Gracias a la [Real Federación Española de Fútbol -RFEF](#)- por permitirme contribuir al diseño e implementación de un potente proyecto de movilidad transnacional de jóvenes entrenadores de fútbol en el Marco del Programa Europeo Erasmus+.

Gracias a la [League Football Education -LFE-](#), por confiarnos la organización e impartición en España de los proyectos de aprendizaje de cientos de jóvenes jugadores y entrenadores británicos.

Gracias a la [Asociación de jugadores de Fútbol Sala -AJFS\\_](#), por confiar en mi e incluirme como colaborador para prestarle asistencia técnica en el proyecto europeo [Life After Sport -LAS-](#).

Gracias a la [Asociación de Futbolistas Españoles -AFE-](#) por permitirme ofrecer nuestras ideas y estrategias sobre la Carrera Dual del futbolista.

**Gracias a todos los clubes de fútbol españoles e internacionales** con los que he tenido relación profesional sobre las materias de formación y aprendizaje de sus recursos humanos.

Pero hay algunas personas especiales que deseo mencionar y mostrarles mi gratitud. En primer lugar a Juan Fuentes [Flores](#), nuestro socio intelectual, con el que llevamos años colaborando en el diseño de ideas profesionales, y que ha sido el experto que ha programado nuestra plataforma Moodle, soporte y eje tecnológico del proyecto que aquí se presenta.

Por ultimo, si hay alguien especial a la que manifestar mi agradecimiento personal y profesional, es a mi esposa, [María Jesús Villodres](#), no solo por haberme aguantado durante este ultimo año de máster, por todas las horas que no hemos podido disfrutar juntos de nuestro tiempo libre. Pero gracias también, por sus valiosos consejos profesionales basados en su amplia experiencia y conocimientos en los sistemas institucionales – Convención UEFA- de la formación de los RRHH del fútbol.

Con todos ellos me siento deudor, por lo que les dedico todas las horas empleadas en el Máster y este trabajo final del mismo. Tengo el convencimiento y la tranquilidad que, con independencia del resultado, ha merecido la pena este enriquecedor y creativo viaje.



# 3.

## Introducción

Actualmente el mundo se configura como una **Sociedad en Red**, globalizada, donde las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** hacen posible que las personas vivan interconectadas, y que las **oportunidades de vivir y trabajar se encuentren en todas partes**.

Las oportunidades existen, pero **faltan determinadas habilidades y competencias**, que es el **motivo de la baja empleabilidad** de muchos estudiantes y graduados. Las personas deben disponer de las **competencias, conocimientos y habilidades** necesarias para potenciar su empleabilidad y poder desarrollar un trabajo en esta Sociedad del Conocimiento.

La **educación, la formación y el aprendizaje** son herramientas y metodologías imprescindibles para que las personas puedan **adquirir esas competencias clave** necesarias para afrontar con éxito los retos de trabajar y vivir en un mundo globalizado.

En este contexto, el **deporte en general y el fútbol en particular son pilares para el crecimiento económico** en nuestra sociedad, generan empleo de calidad, y aportan **valores y grandes beneficios** a todo el que lo práctica y a la sociedad en general.

Por consiguiente, **la importancia y dimensión económica del deporte del fútbol es notoria y está en expansión**. Esto exige que los sistemas de formación y aprendizaje de las organizaciones competentes (instituciones de educación y formación, las Federaciones y Asociaciones con competencias, y otras entidades y organizaciones) incluyan en sus

estrategias la **educación y el aprendizaje permanente** como parte esencial de sus actividades, sobre todo teniendo muy presente a los deportistas más jóvenes.

Pero la educación, la formación y el aprendizaje no solo debe entenderse como unas herramientas para la adquisición de conocimientos y para la mejora técnica y profesional, sino que además son elementos imprescindibles para el **desarrollo integral del ser humano**, especialmente la educación en valores, que tan bien se representa en el deporte. Una persona educada y formada será sin duda un mejor deportista, un mejor futbolista, entrenador, directivo, etc.

Desde el año 1991 hemos dedicado gran parte de mi carrera profesional a la creación de proyectos internacionales de formación, aprendizaje y movilidad de los recursos humanos. En el año 2012 decidí aplicar los conocimientos adquiridos durante todos estos años para diseñar e implementar proyectos de esta naturaleza en el ámbito del deporte, principalmente en el fútbol.

Han sido unos años muy enjundiosos, ya que me han permitido trabajar con muchas instituciones del fútbol y del deporte a nivel nacional e internacional, pero lo que más satisfacción personal y profesional me ha proporcionado, es haber podido aportar mis esfuerzos y energías para que muchos jóvenes deportistas, principalmente futbolistas y entrenadores, hayan podido acceder a oportunidades de aprendizaje en un contexto internacional, lo que les ha supuesto la adquisición de nuevas competencias, habilidades y conocimientos, que les han empoderado para afrontar con éxito su presente y futuro en la industria global del deporte.

En este camino he trabajado profusamente con el concepto de carrera dual del deportista. Los trabajos más destacados han sido:

- Diseño para la **Real Federación Andaluza de Fútbol** (RFAF en adelante), del proyecto **MOBILITY FOOTBALL COACHES**, en el marco del **Programa Europeo de Aprendizaje Permanente**, subprograma **Leonardo Da Vinci para la Formación Profesional**.
- Diseño para la **Real Federación Española de Fútbol** (RFEF en adelante), del proyecto **FOOTBALL COACHES+**, en el marco del **Programa Europeo ERASMUS+**, acción 1 movilidad de estudiantes.
- Diseño e impartición de un **curso e-learning** para la **RFEF** titulado “**Oportunidades europeas de formación y empleo en la Industria del Fútbol**”, dirigido a **entrenadores de fútbol**.
- Asesoramiento a la **Asociación de Futbolistas Españoles (AFE)**, para la participación en proyectos internacionales sobre la **Carrera Dual del jugador de fútbol**.
- Asistencia técnica a la **Asociación de Jugadores de Fútbol Sala (AJFS)** (en adelante) en el marco del **proyecto europeo LAS: Life After Sport**, desarrollado por un Consorcio Europeo del deporte en el



marco del **Programa Erasmus E+, acción sport.**

- Asistencia técnica desde el año 2014 a la **League Football Education** (LFE en adelante), organismo inglés que organiza y desarrolla el proyecto “**Liga de Educación del Fútbol en Inglaterra**”, en el marco de un proyecto nacional financiado por el **Fondo Social Europeo y el Gobierno Inglés**.

Con esta experiencia y conocimientos estoy diseñando un proyecto denominado la **Liga de la Educación y Formación del Fútbol** (LEFF en adelante), que albergará, como un parte de su currículo, el actual trabajo que aquí se presenta: “The footballer’s journey”.

Por consiguiente, este trabajo final de Máster es una iniciativa creativa y profesional, que aspira a ser un módulo integrado en el **programa “grassroots” de la citada LEFF**.

## 3.1.- Estado del arte

Para abordar este trabajo, vamos a empezar repasando los documentos clave que desarrollan el modelo deportivo europeo, así como el conjunto de elementos que conforman el acervo comunitario referente a la doble carrera de los deportistas.

### 3.1.1.- Introducción: Marco europeo para el desarrollo de la doble carrera del deportista.

Marco europeo para el desarrollo de la doble carrera del deportista. El deporte es objeto de atención por parte de la Unión Europea con la publicación del **Libro Blanco sobre el deporte de 2007**, que abre paso a la asunción de responsabilidades políticas tasadas en el **Tratado de Lisboa en diciembre de 2009**, principalmente las de fomentar la cooperación y gestionar iniciativas a favor de la actividad física y el deporte en toda Europa.

En el año **2011 se crea el primer Plan de Trabajo para el deporte**, constituyendo un elemento clave para el desarrollo del deporte en Europa; y, por primera vez, en el período 2014-2020, se estableció una línea de actuación específica, en el marco del **programa educativo europeo Erasmus+**, para apoyar proyectos de asociaciones, creación de redes y organización de eventos en el ámbito del deporte.

Con el Libro Blanco sobre el deporte de 2007 se inicia la definición de lo que se podría denominar el modelo deportivo europeo, que básicamente consiste en la estructuración estratégica de los temas clave que se tienen que desarrollar en el deporte por todos los Estados miembros, a través de los cauces pertinentes previstos en los tratados y en los procedimientos legales que tiene la Unión Europea.

Antes de la aparición del Libro Blanco existían numerosos documentos y legislación referente al deporte en el conjunto de la UE, pero la novedad que aporta el Libro Blanco es la de ser la primera iniciativa directamente emanada de la Comisión Europea que abordaba de manera exhaustiva y en profundidad los aspectos y problemas sobresalientes del deporte en la Unión.



El objetivo del Libro Blanco era el de proporcionar una orientación estratégica sobre el papel del deporte en Europa en una triple dimensión:

- El papel social del deporte,
- La dimensión económica del deporte.
- La organización del deporte.

Con respecto al papel social del deporte, el Libro Blanco hace **especial referencia a la doble carrera** de los deportistas, concretamente dice:

*"In order to ensure the reintegration of professional sportspersons into the labour market at the end of their sporting careers, the Commission emphasises the importance of taking into account at an early stage the need to provide "dual career" training for young sportsmen and sportswomen and to provide high quality local training centres to safeguard their moral, educational and professional interests."*

*The Commission has launched a study on the training of young sportsmen and sportswomen in Europe, the results of which could feed into the abovementioned policies and programmes. Investment in and promotion of training of young talented sportsmen and sportswomen in proper conditions is crucial for a sustainable development of sport at all levels.*

*The Commission stresses that training systems for talented young sportsmen and sportswomen should be open to all and must not lead to discrimination between EU citizens based on nationality."*

El siguiente paso clave dado por la Comisión Europea es la [Comunicación de 2011](#) para el desarrollo de la dimensión europea del deporte.

La Comunicación se propone elaborar unas **directrices europeas sobre la combinación de la formación deportiva con la enseñanza general ("doble formación")**.

Con el fin de desarrollar la dimensión europea del deporte, el Consejo Europeo crea un procedimiento específico mediante lo que se denominan los “planes de trabajo para el deporte”, con una duración de tres años, y que recogen las acciones en materia de deporte que deberán poner en marcha los Estados miembros y la Comisión para el periodo establecido en el plan correspondiente. Sin duda, el “plan de trabajo” se convierte en el documento operativo más importante del deporte.



Es en el **Plan de Trabajo de 2011**, donde se establece la creación de las Directrices europeas sobre la doble carrera del deportista que, a la postre, ha supuesto un hito clave en el modelo deportivo europeo, concretamente:

- elaborar una propuesta de **directrices europeas sobre la «doble formación»** con el fin de garantizar que los deportistas jóvenes reciben una enseñanza de calidad paralelamente a su entrenamiento deportivo,
- proseguir la inclusión de cualificaciones relacionadas con el deporte en los **Marcos Nacionales de Cualificaciones con referencia al Marco Europeo de Cualificaciones**.

Con el fin de apoyar la ejecución del plan de trabajo, se creó un método de trabajo pionero e innovador en el ámbito del deporte: grupos de expertos creados por la Comisión y los países de la UE en los ámbitos estratégicos, entre los que se encontraba la educación y formación en el deporte, ámbito donde se crea y desarrolla la doble carrera del deportista.

En la perspectiva de las recién creadas directrices y orientaciones para el desarrollo de la doble carrera de los deportistas (año 2012), y del Plan de Trabajo para el deporte de 2011, el Consejo de la UE y los representantes de los gobiernos de los Estados miembros elaboraron unas conclusiones e invitaron a los Estados miembros de la UE, a las organizaciones deportivas y a las partes interesadas a la creación y puesta en marcha de medidas específicas para el desarrollo del concepto de “doble carrera” del deportista.

Previamente, se fijan las siguientes definiciones conceptuales:

*“The term ‘talented athlete’ should be understood to mean an athlete recognised by a sport organisation, governing body or the State as an athlete who has the potential to develop an elite sporting career.”*

*“The term ‘elite athlete’ should be understood to mean an athlete who has a professional contract with a sport employer or sport organisation or has a recognised status by a sport organisation, governing body or the State as an elite athlete based on proven success and achievements.”*

*“The term ‘dual career’ should be understood to mean that an athlete can combine, without unreasonable personal effort, their sporting career with education and/or work in a flexible way through high-quality training in order to protect their moral, health, educational and professional interests, without compromising either objective, with a particular focus on the continued formal education of young athletes.”*

La idea nuclear es que, partiendo del contenido de las Directrices europeas sobre la doble carrera de los deportistas,



los Estados miembros elaboren un marco de actuación o unas directrices “propias” en materia de doble carrera, con la participación de todos los agentes clave, también denominados en el argot comunitario las “principales partes interesadas”: institucionales, educativas, deportivas, empresariales o asociaciones de deportistas, entre otros.

El marco de actuación es bastante fértil y amplio y, en nuestra opinión, se podrían resaltar las siguientes directrices:

- Resolver los problemas a que se enfrentan los deportistas tanto en el mundo educativo como en el lugar de trabajo.
- Crear redes de buenas prácticas entre los Estados miembros.
- Igualdad de oportunidades de género en la aplicación de medidas de doble carrera.
- Especial atención a los deportistas con discapacidad.
- Formación específica para profesionales que apoyen a los deportistas en el desarrollo de la doble carrera.
- Itinerarios educativos específicos y redes de instituciones educativas.
- Apuesta por las nuevas tecnologías aplicadas a la educación: *e-learning*.
- Sistema de acreditaciones para la calidad de los centros que dispongan de servicios de doble carrera.
- Currículos comunes y específicos.
- Programas específicos para la movilidad de los deportistas.
- Trasladar a los Marcos Nacionales y Europeo de las Cualificaciones las formaciones para los servicios de doble carrera.
- Planes de difusión estructurados.



- Programas específicos de doble carrera para deportistas que sean funcionarios públicos. Planes de apoyo a la empleabilidad y a la mejora de acceso al mercado de trabajo para los deportistas. Negociación de contratos de patrocinio con empresas.
- Apoyo específico para los deportistas retirados.
- Plan de apoyo financiero a los deportistas.
- Creación de becas específicas para dobles carreras en centros educación y formación.
- Creación de servicios de doble carrera para los deportistas.
- Crear la figura de los “embajadores de doble carrera”.

Como hemos mencionado más arriba, los Planes de Trabajo de la Unión Europea para el Deporte constituyen el documento más importante de la política europea en materia de deporte.

Ya conocido el primer plan de 2011, se continúa con el [Plan 2014-2017](#), que disponía de tres prioridades:

- La integridad del deporte,
- La dimensión económica, y
- La relación entre el deporte y la sociedad.

Respecto a la importancia del **Programa Erasmus+**, cabe resaltar que ha sido innovador al contemplar el deporte como uno de sus cuatro pilares, destinando un 1,8 % del presupuesto anual de Erasmus+ para la acción Sport que financia, entre otras medidas y actividades, proyectos enfocados a la creación de asociaciones para el desarrollo de herramientas y metodologías para la doble carrera de los deportistas.

### 3.1.2.- Proyectos desarrollados y soluciones funcionando.

#### A) Nombre del proyecto: [LEAGUE FOOTBALL EDUCATION -LFE-](#).

- **Promotores, socios y participantes:** LEAGUE FOOTBALL EDUCATION, organización



inglesa encargada de la implementación del proyecto en Inglaterra.

- **Resumen de contenidos:** El proyecto consiste en desarrollar e impartir el Programa de Excelencia Deportiva en fútbol para los jugadores de 16 a 18 años del fútbol inglés. El proyecto también participa en el programa ERASMUS+, en la medida de movilidad de estudiantes, a través de la cual organiza en diferentes países europeos estancias formativas de movilidad transnacional para sus alumnos. En este marco la LFE desarrolla su estrategia de internacionalización de la educación y la formación.
- **Aplicación del proyecto:** El proyecto se desarrolla desde el año 2010, con gran éxito y aceptación tanto de los clubes que participan como de los usuarios.
- **Evaluación:** Desde la perspectiva de la carrera dual del jugador de fútbol, sin duda es un proyecto innovador, eficaz, y muy ambicioso, ya que desde su creación ha conseguido formar a miles de jóvenes jugadores a través de sus programas. En nuestra opinión carece de herramientas gamificadas de sensibilización y motivación comportamental sobre la carrera dual para sus alumnos, además, de para otros más jóvenes que juegan en categorías inferiores.

No dispone de una estrategia transmedia, con un storytelling potente y atractivo, que pueda ser comunicado, pensando en nativo, a diferentes segmentos de usuarios, como por ejemplo los responsables de la formación en las escuelas y en los clubes, los padres y madres, entre otros.

**B) Nombre del proyecto: LIFE AFTER SPORT. Código de proyecto: 603311-EPP-1-2018-1-BG-SPO-SCP.**

- **Promotores, socios y participantes:**
  - **Coordinating organization:** Bulgaria, [Champions Factory- ChF](#).
  - Greece, UNIVERSITY OF THESSALY-UTH
  - Turkey, ISTAMBUL KULTUR VE SPOR DENERGI- IKOS
  - Italy, Mine Vaganti NGO-MVNGO
  - Croatia, PRVA RIJECKA HRVATSKA GIMNAZIJA – PRHG
  - Spain, ASOCIACION DE JUGADORES DE FÚTBOL SALA- AJFS.
- **Financiado por:** ERASMUS + SPORT.
- **Resumen de contenidos:** Los objetivos del proyecto han sido desarrollar un programa innovador para apoyar la doble carrera del deportista, que se apoya en la formación, contribuyendo así, a que, en una etapa posterior de la vida, el deportista, se mantenga un equilibrio entre la formación deportiva y el empleo.



Se han desarrollado talleres presenciales en todos los países participantes. El segmento de usuarios está referenciado a deportistas de entre 15 y 18 años. En total se van a formar 120 atletas de 6 países apoyados por los “embajadores de doble carrera”, para facilitar la integración en el mercado laboral.

- **Aplicación del proyecto:** El proyecto termina en su fase de financiación Erasmus+ en diciembre de 2020. Aún no podemos determinar el impacto y sostenibilidad del proyecto, que se verá en los próximos meses y años, cuando se transfiera su metodología y modelo a unos planes de acciones específicos en cada país.
- **Evaluación:** Proyecto innovador, ideado y desarrollado por organizaciones expertas en el ámbito del deporte, la juventud, las asociaciones de atletas, y la educación. Por consiguiente, todos son actores clave en la doble carrera del deportista. La metodología es muy acertada en nuestra opinión, ya que parte del estudio y análisis de un marco conceptual, legal y económico sobre el tratamiento de la doble carrera en cada país participante. Este trabajo, ha propiciado el rico intercambio de buenas prácticas entre los participantes. A este primer trabajo le siguen otros seis paquetes de trabajo, con sus objetivos y resultados esperados.

La acción más relevante es la creación de embajadores de la carrera dual en cada país participante. Este grupo, del que tuvimos el privilegio de ser miembro, recibió un seminario formativo en la ciudad de Estambul en el otoño de 2019. Cada embajador tuvo que idear y preparar en cada país un conjunto de cuatro workshops impariéndoselos a el target definido.

- Podemos afirmar que los resultados en los eventos organizados en cada país han sido muy exitosos.
- En nuestra opinión, como conocedores de primera mano del proyecto, tenemos que decir que nos ha servido de inspiración para nuestro diseño motivacional. Si bien, hemos incorporado algunos elementos de los que carece el proyecto LAS, principalmente son:
  - Un diseño motivacional basado en un estudio riguroso de target aplicando las teorías de las motivaciones, los placeres, los comportamientos.
  - Un plan transmedia, donde se tenga en cuenta el mensaje pensado en nativo, para los canales de difusión del proyecto.
  - Disponer de reglas claras y conocidas por los usuarios, un sistema de recompensas y feedback inmediato.



- Un plan de sostenibilidad, por consiguiente, con las conexiones y “ganchos” entre los talleres impartidos y otras actividades ulteriores.
- Trabajar los ejes del arte y la tecnología.

**C) Nombre del proyecto: MASIA 360.**



En octubre de 2019, Juan Pedro Díaz en nombre de la AJFS, presentó en Estambul, la investigación:  
“Marco educativo de los deportistas en España: necesidades y retos para el desarrollo de la doble  
carrera del deportista.”

Fig. 1

- **Promotores, socios y participantes:** FUTBOL CLUB BARCELONA.
- **Resumen de contenidos:** **Masia 360** acompaña al deportista desde el primer día que llega al club y entra a formar parte de las categorías inferiores, tanto en su formación deportiva como en la académica y la personal. Se le entrena, en definitiva, para la vida al adquirir competencias emocionales que le serán de gran ayuda en todos los ámbitos de su carrera.



- **Aplicación del proyecto:** El Servicio de Atención Integral al Deportista ofrece una atención individual y personalizada desde el primer día que llega al club.
- **Educación emocional:** Se forma a los deportistas y entrenadores en las competencias emocionales y el bienestar, se les entrena en las habilidades sociales y personales con el fin de acompañarlos en su crecimiento deportivo, humano y de autoconocimiento.
- **Atención Académica:** Se pone al alcance del deportista toda una serie de profesionales, maestros y psicopedagogos para ayudarle a hacer compatible el deporte con los estudios.
- **Atención Tutorial:** Se acompaña integralmente a los deportistas desde su llegada al Club hasta el día en que se van o se retiran.
- **Servicio Atención Psicológica:** Se acompaña el deportista ante necesidades individuales que se puedan dar a lo largo de la temporada. Este servicio puede ser solicitado por la familia, el entrenador, los servicios médicos o el tutor.
- **Servicio Atención a la Familia y el Entorno del Deportista:** Se ofrecen herramientas y recursos para la educación de sus hijos en un entorno deportivo y competitivo como es el FCB.
- **Servicio de Orientación en la Retirada del Deportista Profesional:** Trabajo conjunto con el deportista antes, durante y después de la retirada para que sea una transición estable y para la que se sienta preparado.
- **Evaluación:** Más de 300 deportistas jóvenes acceden cada año al programa. La residencia LA MASIA alberga cada año a una media de entre 75 y 100 deportistas jóvenes. Especial seguimiento del programa con los deportistas seleccionados para competir a nivel internacional con las selecciones nacionales. Sin duda es un programa excelente y que cuenta ya con una gran tradición en la industria del fútbol a nivel internacional, siendo un centro de referencia de calidad en los aspectos de la carrera dual del futbolista.

No se puede considerar un proyecto de formación gamificado, que se pueda comparar con nuestro proyecto TFJ, hasta donde sabemos no se utilizan las dinámicas, mecánicas y elementos de juego para el diseño motivacional de una experiencia de usuario total, (John Wessner), aunque es cierto que se trata de un proyecto multidisciplinar, pero al ser la prioridad el rendimiento deportivo, no se consigue el equilibrio para una inmersión completa de los usuarios desde el punto de vista de la formación. En cualquier caso, estamos ante un grandísimo proyecto.



**D) Nombre del proyecto: TUTORESPORT**

- **Promotores, socios y participantes:** UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BARCELONA.
- **Resumen de contenidos:** Tutoresport-UAB es un programa de apoyo académico dirigida a deportistas de alto rendimiento que estudian en la universidad autónoma de Barcelona. Se creó en el curso 1996-1997. Desde entonces siempre se ha contado con la participación de tutores y estudiantes de forma ininterrumpida. Los tutores son profesores de la Facultad y del campus dónde el alumno deportista cursa sus estudios.
- **Aplicación del proyecto:** El programa Tutoresport UAB dispone de un total de 39 tutores de las 13 facultades a disposición de los deportistas. Durante el curso, estos tutores asesoran y ayudan a estos estudiantes a compaginar las competiciones, entrenamientos y concentraciones con los exámenes y las prácticas obligatorias de la universidad. A través de estas tutorías personalizadas, se intenta ayudar a que estos deportistas puedan compaginar ambas facetas de su vida. Además, la UAB también les reconoce un total de 6 créditos ECTS y les permite hacer uso de las instalaciones de la universidad de manera gratuita para que puedan entrenar en cualquier momento.
- **Los requisitos son:**
  - Es necesario que se acrediten como deportistas de alto rendimiento o de alto nivel catalán
  - Que hayan sido convocados por la selección nacional durante el curso actual o el anterior, que formen parte del plan ADO y ADOP
  - Que hayan participado recientemente en los Campeonatos del Mundo Universitarios
  - Que hayan sido seleccionados para representarlas por haber quedado entre los tres primeros clasificados durante los Campeonatos de España Universitarios.
- **Durante el curso 2017-2018,** hubo un total de 172 alumnos que formaron parte del programa Tutoresport de la UAB, según datos facilitados por la propia universidad. Hay paridad de género entre los beneficiarios del programa: 85 hombres y 87 mujeres.
- **Evaluación:** Estamos ante un programa señorío de ayuda a los deportistas de élite, promovido desde la universidad pública catalana, con el objetivo de ayudarles a superar los obstáculos para compaginar la práctica deportiva y las actividades académicas.



**E) Nombre del proyecto: PROAD**

- **Promotores, socios y participantes:** CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES DEL GOBIERNO DE ESPAÑA.
  - **Resumen de contenidos:** El PROAD establece una estructura de atención individualizada presencial y telemática que integra y ofrece información, asesoramiento, orientación, intermediación y gestión de todos aquellos recursos que puedan necesitar los Deportistas de Alto Nivel y de Alto Rendimiento para facilitar su proceso de transición profesional al concluir su actividad deportiva.
  - **Aplicación del proyecto:** Su estructura está constituida por una red de tutores-consultores asignados a los deportistas que analizan junto con ellos su itinerario formativo y profesional, diagnosticando y detectando sus necesidades. Estos tutores se encargan de recoger e integrar los variados recursos existentes en materia formativa, formación reglada, no reglada, continua, y ocupacional y laboral, intermediación laboral y apoyo en la búsqueda activa de empleo susceptibles de interesar al deportista, tanto para su evolución profesional como para su acceso al mercado laboral. Asimismo, canalizan y acercan esos recursos al deportista según las necesidades y demandas, mediando, si es preciso, con los distintos agentes para permitir una adecuada conciliación de la actividad deportiva y sus actividades de capacitación profesional.
- 
- **Año 2017:** Se ha contactado con 1.184 instituciones, realizando 9.525 acciones con ellas.
  - **Año 2017:** El número de demandas de empleo y mejoras laborales de los deportistas tutorizados ha sido de 107.
  - **Año 2017:** El total de deportistas adscritos al PROAD con tutor en esta temporada 2017 (marzo 2017 a mayo 2018) ha sido de 942.
  - **Encuesta satisfacción año 2017:** Alrededor del 94% valoran el programa entre bueno y muy bueno (muy bueno el 57.4%) y el trabajo de sus tutores es valorado por un 95% como bueno o muy bueno.
  - **Encuesta satisfacción año 2017:** El 96% considera que el programa les ayuda en alguna medida en su actividad deportiva.



- **Evaluación:** Estamos ante una iniciativa pública de apoyo a la carrera dual del deportista de élite. Cuenta con una larga tradición entre los atletas españoles. Ayuda a los deportistas que disponen de determinadas cualificaciones de alto nivel y rendimiento a compatibilizar su carrera deportiva y la académica, ayudándolos incluso a diseñar y crear un itinerario que va más allá del periodo de tiempo que ejercen como atletas, estableciendo una transición hacia el mundo laboral.

## 3.2.- Descripción del reto y la solución aportada

El **reto** de este proyecto es que los alumnos y usuarios tengan una alta **motivación** para adquirir conciencia de la necesidad de **otorgar igual consideración de intereses a la carrera deportiva y a la carrera educativa y formativa, y trabajar en un mapa de aprendizaje permanente.**

El propósito del proyecto es ofrecer **a los alumnos un conjunto de recursos formativos y metodológicos gamificados** para que mantengan una alta motivación a la hora de **crear y desarrollar su propia ruta o mapa de aprendizaje permanente: el viaje del aprendiz-futbolista.**

Para ello vamos a presentar un diseño de acción formativa impartida a través de **tres workshops presenciales complementados con un conjunto de actividades en un aula virtual** soportada en una plataforma LMS Moodle.

Nuestro mensaje madre se asienta en una **trilogía comunicativa presentada en formato de workshop**, que enmarca un **universo narrativo sobre la carrera dual del futbolista**. Cada uno de los talleres tiene su propia entidad, aunque conectan unos con otros para ofrecer un solo mensaje general.

El **primer workshop trata de sensibilizar** a los usuarios sobre la carrera dual, despertando su curiosidad y consiguiendo **motivarlos** para que se suban a la experiencia memorable que estamos ofreciendo. Es la fase de descubrimiento y *onboarding*.

En el **segundo evento**, trabajaremos sobre las **competencias clave y transversales** que son necesarias para poder trabajar y vivir en la sociedad tan compleja que se esta configurando de manera vertiginosa. Esta fase será clave ya que va a suponer que nuestros usuarios entren en el circulo mágico de nuestro sistema y quieran seguir subidos a la experiencia. Es la fase de *midgame*.

La **última entrega**, dará a conocer a los jóvenes deportistas, la **metodología de aprendizaje denominada movilidad transnacional**, que es clave para adquirir las competencias y habilidades que potencian la empleabilidad de las personas para poder trabajar en industrias globales.



Este conjunto de eventos estará complementado con **un conjunto de actividades que se desarrollaran en la plataforma tecnológica** Moodle diseñada para el proyecto. Aquí es donde los usuarios se registrarán, podrán crear su avatar, accederán al **tutorial del programa**, realizarán actividades y misiones individuales, y podrán intercambiar ideas y opiniones con el resto de los compañeros en un espacio social de debate. También será en la plataforma donde los jugadores-alumnos tendrán que realizar el gran reto del proyecto: **crear su propia ruta o mapa de aprendizaje permanente**.

A través de la plataforma podrán acceder a sus avances y logros, recibiendo el **feedback de los entrenadores, tutores y profesores**. Los **padres y madres** de los alumnos podrán acceder a la plataforma para seguir el progreso de sus hijos.

Con la entrega del trabajo final y su evaluación llegamos a la fase de *endgame*, donde desplegaremos, en un evento específico, “la alfombra roja”, y daremos las recompensas finales a todos los usuarios.



# 4.

## Capítulos relativos a los fundamentos teóricos (al respecto de los 4 ejes)

### 4.1.- Eje 1 | Narrativa

Para crear la **capa narrativa** de esta obra nos hemos basado en la metodología de los tres pilares de [Jacobo Feijoo publicada en su libro Diseño Narrativo](#), una metodología diseñada para comunicar de manera estructurada y equilibrada cualquier mensaje, en nuestro caso la carrera dual del deportista. La propuesta de Feijoo consiste en trabajar una comunicación de manera científica creando tres capas: la emocional, la matemática y la narrativa, en este orden.

En su libro nos viene a decir Feijoo dos cosas:

*"Tres pilares para gobernarlos a todos. Un diseño narrativo para ensamblarlos, un diseñador narrativo para atraerlos a todos y atar la comunicación en la Tierra del Usuario."*

**JACOBO FEIJÓO, PARODIANDO A TOLKIEN.**

*"Se entiende por diseño narrativo toda construcción de un mensaje basada en los pilares emocional,*

matemático y narrativo, mediante herramientas como el copywriting, la narratología, el folclorismo, el UX writing y el storytelling, entre otras, así como de técnicas de escritura literaria y de guión, de la psicología, sociología, estadística, ingeniería, gestión empresarial, etc."

## 4.2.- Eje 2 | Dinámicas, mecánicas y elementos de juego

En nuestra opinión este eje supone el diseño de los pilares que van a diferenciar nuestra propuesta TFJ, ya que darán el sentido y continuidad a nuestro storytelling. Aquí se representan las bases de nuestro sistema gamificado, creado para motivar a nuestros usuarios para que entren en el círculo mágico de TFJ, y recorran este viaje lúdico y memorable, de manera voluntaria y deseada.

Elaborar este eje ha supuesto el mayor esfuerzo que hemos realizado para la concepción de este trabajo. Para ello nos hemos basado en las siguientes fuentes:

En primer lugar, en las **enseñanzas recibidas en el Máster de IEBS, especialmente en los dos primeros módulos de Game Design, donde el profesor Oscar García-Pañella**, ha guiado con mano experta las enseñanzas, transmitiendo de manera clara, precisa y entusiasta todo el proceso conceptual y creativo que configura una gamificación. Es justo mencionar también el trabajo realizado por el profesor **Jordi Serra** en lo referente a los casos prácticos del módulo.

Igualmente hemos utilizado la **metodología y herramientas aprendidas en las clases de los profesores Adriá Altarriba y Ferrán Altarriba**. De singular utilidad nos ha resultado el modelo de análisis de sistemas gamificados aprendidos en el módulo de Aplicaciones prácticas de gamificación, donde hemos encontrado claves para entender mediante el estudio de un caso práctico los conceptos de dinámicas, mecánicas, elementos de juego, placeres, comportamientos, retos, etc.

Otro módulo clave para la interiorización de conceptos ha sido el de **prototipado**, impartido por el profesor **Richard Herbert**, aquí ha sido muy ilustrativo la utilización de algunas herramientas, significativamente el kit de mecánicas de gamificación representados en las cartas de **Andrzej Marczewski y Victor Manrique**.

Y, por último, y sin ánimo de ser exhaustivo, debo mencionar el **módulo de playful learning** donde la profesora **Noemí Blanch** nos ha enseñado de manera magistral lo que significa el ABJ y como aplicarlo para crear un serious game.

Acorde a todas estas enseñanzas hemos elegido algunos creadores para elaborar nuestro eje.

Para estudiar la tipología de nuestro segmento de usuarios nos hemos apoyado en la teoría **RAMP, el hexágono de los tipos de usuarios**, aplicada por **Andrzej Marczewski**, con el objetivo de determinar las características de nuestros *player types*.



#### 4. Capítulos relativos a los fundamentos teóricos (al respecto de los 4 ejes)

Hemos aplicado la teoría de los “8 kinds of fun” de [Mark LeBlanc](#), para descubrir los placeres que encontrarán nuestros alumnos en el sistema.

Respecto al diseño de nuestro “balancing”, hemos acudido al maestro [Jessy Schell](#), que nos ha descubierto, a través de sus lentes, cuáles son los equilibrios, para qué audiencias y target -players types- encuentren sus motivaciones.

Es necesario mencionar también, la gran utilidad que nos ha proporcionado el *toolkit narrativo de motivaciones* creado por **Jacobo Feijóo** y **Javier Trapero**, donde encontramos principalmente la perspectiva de las teorías de: “*16 Basic Desires Model*” de [Steven Reiss](#); **MDA; Moving Motivators y Lean Gamification**.

Por último, sería injusto dejar de mencionar, a un autor y una teoría que consideramos clave en todo juego o propuesta gamificada, nos referimos al doctor en psicología, [Mihaly Csikszentmihalyi](#) que formuló la **teoría del flow** o teoría de la experiencia óptima en 1975 mediante un artículo publicado en el “Journal of Humanistic Psychology”.

Según **Csikszentmihalyi** el Flow o Experiencia Óptima es un “estado en el que la persona se encuentra completamente absorta en una actividad para su propio placer y disfrute, durante la cual el tiempo vuela y las acciones, pensamientos y movimientos se suceden unas a otras sin pausa”.

Esta teoría, que se encuadra dentro de la Psicología Positiva, si la aplicamos a nuestro campo de trabajo, la gamificación, nos proporciona un canal donde nuestros usuarios tienen que navegar y realizar la experiencia sin que les genere elevado nivel de estrés que les haga abandonar, o que la experiencia les resulte aburrida y de poca dificultad.

### 4.3.- Eje 3 | Estética

En este eje lo hemos abordado desde la idea de hacer un diseño holístico, que de soluciones a varios aspectos del proyecto:

- Una línea gráfica que apunte al tema de fondo: el deporte, por lo cual las imágenes diseñadas y elegidas son de atletas realizando un deporte.
- Otra idea que incorporamos es desarrollar una futura marca, iamsport+, que sea el soporte comercial del proyecto, cuando salga al mercado. En este caso hemos optado por un diseño ligero, moderno y dinámico.

Para la elaboración de este eje no hemos acudido a ningún autor concreto, sino que hemos optado por conseguir la colaboración del consultor Juan Fuentes Flores, que una vez conocida nuestras ideas sobre la estética que debía lucir



nuestro proyecto, se ha encargado de prototipar y diseñar toda la línea gráfica del sistema apoyándose en su empresa MEDEFINE.

## **4.4.- Eje I Tecnología**

La plataforma tecnológica del sistema TFJ es **Moodle** (Object Oriented Dynamic Learning Environment), fundada por el por el pedagogo e informático australiano **Martin Dougiamas**.

Según la **Wikipedia**, **Martin Dougiamas** es un pedagogo e informático **pedagogo e informático** australiano. Ha estudiado la teoría pedagógica del **construcionismo** social en el aprendizaje y en la enseñanza en línea, y ha liderado el desarrollo de la plataforma de aprendizaje **Moodle**.

Moodle es una aplicación web de gestión de aprendizaje (LMS) desarrollada con tecnología PHP, bases de datos MySQL y con licencia pública GNU GPL, es decir, una aplicación gratuita dedicada a la enseñanza online.

Se puede instalar en casi cualquier servidor web.

Debido a sus muchas ventajas y gran funcionamiento cuenta en todo el mundo con:

- Más de 130 millones de usuarios registrados.
- Se encuentra activa en más de 100.000 páginas web.

Está basada en el constructivismo, que se puede resumir como que el proceso de enseñanza se percibe y se lleva a cabo como un proceso dinámico, participativo e interactivo de la persona.

Dispone de una interfaz amigable que ha sido desarrollada por un equipo de psicólogos y psicopedagogos. La comunicación entre sus usuarios es la base de todo.

Su objetivo es conseguir una **experiencia de aprendizaje** memorable tanto para el profesor, como para el estudiante.

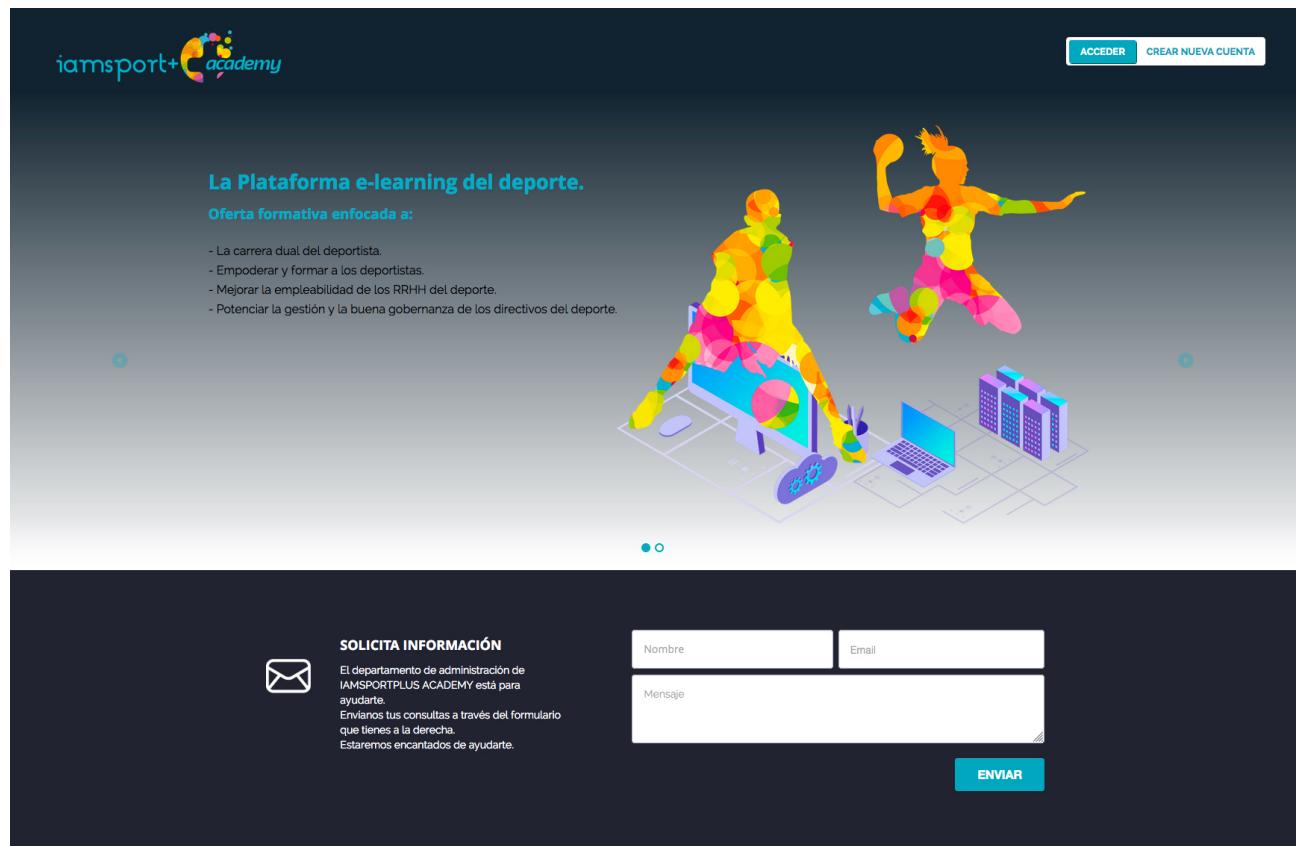
Se puede crear una **comunidad social** formada tanto por profesores como por alumnos y otros segmentos de usuarios.

Permite trabajar con **todo tipo de formatos**, ya sean documentos de Word, de Excel, PPT, Flash, vídeos, audio, etc.



#### 4. Capítulos relativos a los fundamentos teóricos (al respecto de los 4 ejes)

Está avalada por las universidades públicas españolas pertenecientes Ministerio de Educación de España. Además, sectores TIC y plataformas e-learning de la Administración Pública, así como gran cantidad de universidades americanas, y en otros muchos países europeos la usan en sus campus virtuales.



Plataforma Moodle iamsport+academy.

Fig. 2



# 5.

## Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Como hemos mencionado más arriba, podemos clasificar este trabajo como un **proyecto de autor**, basado en nuestra experiencia de los últimos años en el mundo del deporte, principalmente el deporte del fútbol. El objetivo es poder implementar este proyecto en una institución u organización del fútbol a nivel internacional.

Podemos igualmente, considerar este trabajo como un **proyecto piloto**, que puede suponer un best practice, susceptible de ser desarrollado en un formato de proyecto de mayor dimensión.

Por consiguiente, no hay un cliente concreto que hace un encargo, sino que existen expectativas reales de que muchos potenciales clientes se puedan interesar por el sistema.

En base a estas características dirigimos el diseño conceptual del **"The footballer's journey" – TFJ** en adelante- en régimen de **co-creación**, ya que han colaborado en el mismo otros profesionales en las **áreas de arte y tecnología**. A continuación, explicamos de manera exhaustiva la metodología, contenidos y procedimiento de trabajo.

## 5.1.- Protocolo del gamificador

Para poder concebir conceptualmente el proyecto y llevarlo a desarrollo, hemos aplicado el **protocolo o viaje del gamificador**, creado por **Oscar García-Pañella** y su empresa **COOKIE BOX**, y que hemos incorporado a nuestros procedimientos en el marco del sistema de gestión de calidad en la formación y el aprendizaje, y que consiste en los siguientes estadios:

### 5.1.1.- Reunión de briefing.

Hemos mantenido varias unas **reuniones online** con los **responsables de organizaciones e instituciones del fútbol a nivel internacional**.

Nuestra misión en estas reuniones ha sido principalmente la de **escuchar** al potencial cliente, con el objetivo de **identificar y definir de manera nítida** los problemas que quieren solucionar, saber cuales son los objetivos y retos que persiguen, en definitiva: **¿qué es lo que tenemos que curar?**

Las reuniones se han desarrollado en un ambiente de **colaboración**, donde nuestros interlocutores, conocedores de nuestro "expertis" en la herramienta de carrera dual y en el mundo del deporte del fútbol formativo, han ofrecido sus experiencias, necesidades y expectativas, que hemos tomado con mucho interés en aras de acertar en nuestro diseño.

Podemos poner como ejemplo y modelo el **caso de la LFE**, que desarrolla con mucho éxito su **Programa de Excelencia Deportiva en Inglaterra**, dirigido a **jugadores de entre 16 y 18 años**, que militan en los equipos de las Academias de los clubes que compiten oficialmente en diferentes ligas inglesas.

Esta formación ofrecida por la LFE acredita al jugador que la supera con una certificación profesional, lo que equivale a un **Certificado de Profesionalidad**, que le permite varias vías de continuidad profesional y académica, desde optar por la vía de la universidad o la formación profesional de grado superior; además, del desempeño de tareas profesionales específicas en la industria del fútbol y del deporte.

La necesidad que tiene la LFE es crear herramientas formativas para difundir el mensaje de la carrera dual del futbolista a todos los jugadores de entre 16 y 18 años que juegan en Inglaterra, y contar con la implicación de los responsables de las canteras de clubes -entrenadores, profesores y orientadores- y los padres de los futbolistas, así como hacer visibles estas actividades en la sociedad.

Estas conclusiones podemos considerarlas un patrón que se repite en la mayoría de las instituciones y organizaciones estudiadas, que han tomado conciencia de que los deportistas, necesitan un apoyo en aspectos tan cruciales como el desarrollo personal y educativo: **un jugador bien formado y educado, es una mejor persona y un mejor jugador de fútbol.**



### 5.1.2.- Creación del equipo de trabajo y sesión de brainstorming.

En base a la investigación desarrollada con los potenciales clientes y de la dimensión y alcance del proyecto, las actividades que se han desarrollado han sido el siguiente:

#### Conformar el equipo del proyecto:

Para la co-creación hemos reunido un equipo de trabajo de composición multidisciplinar, con el objetivo de ofrecer una solución creativa, innovadora, estética, avanzada y ganadora, que consiste fundamentalmente en la creación de una estrategia enfocada a solucionar los problemas planteados.

Con la solución finalmente aportada perseguíamos un objetivo general que respondía a las siguientes preguntas:

- ¿es original, nuevo o distinto?
- ¿aporta valor de uso?
- ¿es viable tecnológicamente?
- ¿es viable económicamente?

Este conjunto de preguntas iniciales sobre el objetivo general fue nuestro frontispicio, para centrar el contexto y las posibles soluciones. Esto facilitó la concreción y mejor definición en la búsqueda de variantes.

Por consiguiente, la primera actividad fue la creación del adecuado equipo humano. Han primado los siguientes requisitos:

- Los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas seleccionadas.
- El conjunto de recursos del grupo, es decir, el engranaje de conocimientos que aporta este grupo en su conjunto.

En base a estos requisitos la composición del equipo inicial del proyecto aporta los siguientes perfiles:

- Un director de proyecto, especializado en el diseño y dirección de proyectos internacionales de formación, aprendizaje y empleo, que corresponde a la persona que subscribe este trabajo.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

- Una experta en acreditación de competencias en el deporte.
- Un diseñador gráfico.
- Un programador experto en Moodle.
- Un maquetador.

El conjunto del equipo ha intervenido en las diferentes fases de creación del proyecto, principalmente en las fases iniciales que culminan con las sesiones de ideación -*brainstorming*- e incubación -momentos de *insight*-.

A este equipo hemos incorporado ocasionalmente otros perfiles, que nos han entregado su valiosa experiencia en las áreas de entrenador de fútbol; profesor de jóvenes alumnos jugadores de fútbol; y algunos padres y tutores de los futbolistas.

### Realización de la sesión de brainstorming:

El equipo del proyecto ha desarrollado las siguientes etapas:

- **Etapa 1<sup>a</sup>:** Fase en la que se ha detectado la necesidad del potencial cliente.
- **Etapa 2<sup>a</sup>:** Una vez detectada la necesidad se ha definido el objetivo que se busca, eliminando cualquier interferencia y delimitando el foco o meta que se intenta alcanzar.
- **Etapa 3<sup>a</sup>:** El equipo de trabajo se ha preparado documentándose, revisando toda la información disponible, y buscando soluciones y casos de éxito anteriores.

Una vez desarrolladas estas etapas iniciales y sus correspondientes actividades se abordó **la etapa 4<sup>a</sup>, la de idear**. Con el problema definido y toda la información disponible, llegó el momento de generar el conjunto de ideas que puedan resolver el problema, o los problemas planteados. Fue el momento de brainstorming.

Se tuvo presente en todo momento la idea “*userthinking*”: poner al usuario en el centro de nuestro diseño. **Trabajar con una mente enfocada al usuario** que es el principal destinatario de nuestra solución.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Nos guiamos por las siguientes cuestiones:

- ¿Para quién (usuarios) estamos diseñando?
- ¿Por qué estamos realizando dicho diseño?
- ¿Cuál es el objetivo y la finalidad?

### 5.1.3.- Métricas e indicadores.

Una vez identificados los problemas, los objetivos y retos hemos procedido a **las métricas e indicadores para que la solución pueda ser medible y evaluable** y probar que funciona.

El primer indicador será el **número de registros de usuarios** al sistema, esto nos dará una importante clave sobre el interés que despierta en nuestros usuarios la experiencia.

Esta primera información dará paso a otra complementaria que nos ofrecerá un mayor grado de información, nos referimos a la **medición del progreso**, la consecución de retos y misiones, es decir, vamos a medir el grado de superación de obstáculos y adversidades de los usuarios. Esto lo conseguimos con una base de datos de las **acciones y actividades de los usuarios en el sistema**.

Por ultimo, tenemos un **sistema tasado de recompensas**, que se asignarán a los logros y comportamientos de los usuarios en el conjunto del proceso de formación: grado de pericia en las misiones y retos de los talleres y la plataforma, y área social: interacción, intercambio de ideas, propuesta de mejora, ayuda entre compañeros, participación en debates.

Las recompensas serán los puntos asignados por los evaluadores respecto a las misiones, retos; balones; regalos de acceso a becas de movilidad y aprendizaje en sesiones de entrenamiento con el primer equipo del club; y por ultimo el nombramiento de embajadores por la máxima calificación global. El sistema de recompensas tiene una doble finalidad: la primera en mantener el interés y la motivación de los alumnos, y en segundo lugar como estrategia de expansión del universo narrativo del proyecto, al premiar con derechos de acceso y estatus a los mejores alumnos, lo que sin duda hará que nuestra historia trascienda la experiencia y se difunda en otros contextos y espacios. Estos usuarios serán los primeros prosumidores del *storytelling* del proyecto.

Por consiguiente, ya tenemos definido los elementos fundamentales de TFJ, por lo que nuestro sistema gamificado cuenta con unos objetivos, unos retos, unos resultados esperados y un sistema de métricas e indicadores para verificar su eficacia y pertinencia.



### 5.1.4.- Showcase

Para todo el proceso de diseño conceptual, es decir, identificar las dinámicas y mecánicas del “viaje del jugador” nos hemos basado en nuestro *track record*. Hemos seleccionados aquellos proyectos desarrollados y que son relevantes en el tema que nos ocupa: la carrera dual del jugador de fútbol. El portfolio está compuesto por los siguientes trabajos:

- Asistencia técnica desde el año 2014 a la **League Football Education** (LFE en adelante), organismo inglés que organiza y desarrolla el proyecto **“Liga de Educación del Fútbol en Inglaterra”**, en el marco de un proyecto nacional financiado por el **Fondo Social Europeo y el Gobierno Inglés**.

El proyecto consiste en organizar en diferentes ciudades españolas una estancia formativa y de aprendizaje para los jóvenes jugadores que desarrollan en la LFE el programa de excelencia deportiva.

- Diseño para la **Real Federación Andaluza de Fútbol del proyecto MOBILITY FOOTBALL COACHES**, en el marco del Programa Europeo de Aprendizaje Permanente, subprograma Leonardo Da Vinci para la Formación Profesional.

El proyecto consistió en organizar en diferentes países y ciudades europeas, seis concretamente, una estancia formativa de tres meses de duración para jóvenes entrenadores de fútbol andaluces, que se habían o estaban formando en la Escuela de Entrenadores de la RFAF, bien a nivel federativo o académico (FP grado medio y superior).

- Diseño para la **Real Federación Española de Fútbol (RFEF en adelante) el proyecto FOOTBALL COACHES PLUS**, en el marco del Programa Europeo ERASMUS+, acción 1 movilidad de estudiantes. Tomada la experiencia andaluza a modo de proyecto piloto, se ideo un proyecto de mayor dimensión que abarcaba a toda España. Se organizó por federaciones de ámbito territorial, otorgándole un cupo de becas a cada una de ellas.

A nivel internacional se creo una asociación transnacional de diez países, formado por la Federaciones Nacionales de fútbol de estos países, que a su vez construyeron una red de nodos que aportaban valor al proyecto, estamos hablando de clubes, academias de fútbol, escuelas de fútbol y centros de alto rendimiento y tecnificación del fútbol.

El proyecto beneficia a dos segmentos de usuarios: a) jóvenes entrenadores de fútbol, formados en la Escuelas de las federaciones de ámbito territoriales de las diecisiete comunidades autónomas de España, tanto en el ámbito académico y federativo (licencia UEFA). B) multiplicadores de la formación en el fútbol, estamos hablando de profesores y orientadores de las Escuelas territoriales, así como, de directores y planificadores de la formación en fútbol.

Hasta la fecha de han realizado tres ediciones de este proyecto, con mucho éxito, participando



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

una cantidad cercana a los doscientos entrenadores y multiplicadores.

- Diseño e impartición de un **curso e-learning para la RFEF titulado “Oportunidades europeas de formación y empleo en la Industria del Fútbol”**, dirigido a varios segmentos de usuarios de la industria del fútbol: jugadores, entrenadores, directores de cantera, profesores, etc. El curso se ha impartido en la plataforma de educación online de la RFEF.
- **Asesoramiento a la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE)**, para la participación en proyectos internacionales sobre la Carrera Dual del jugador de fútbol.
- **Asistencia técnica a la Asociación de Jugadores de Fútbol Sala en el marco del proyecto europeo LAS: Life After Sport**, desarrollado por un Consorcio Europeo del deporte en el marco del Programa Erasmus E+, acción sport.

El proyecto consistió en la creación de una metodología para comunicar la carrera dual a los jóvenes deportistas de los países implicados en el proyecto. Se realizaron un conjunto de actividades, entre las que destacamos:

- Estudio del marco legal sobre la aplicación en cada país de las directrices europeas sobre la carrera dual de los deportistas.
  - Organización de un seminario presencial para la formación de embajadores de la carrera dual del deportista.
  - Organización en cada país de cuatro talleres de sensibilización sobre la carrera dual, impartido a diferentes equipos de deportistas. En el caso de España se impartió a la categoría juvenil del equipo de fútbol sala Inter Movistar.
- 
- Este **conjunto de casos desarrollados**, han sido la referencia experiencial para explorar con el potencial cliente el intercambio de opiniones y buenas prácticas.

### 5.1.5.- Segmentar usuarios: tipos motivacionales.

Conocer a los usuarios de nuestra solución es la clave del éxito, para ello hemos dedicado una parte importante de nuestro tiempo al conocimiento exhaustivo de los jugadores y jugadoras de fútbol de nuestro segmento. **Hemos mantenido reuniones con las personas clave**, que son los entrenadores de sus equipos y clubes, los padres, los profesores y orientadores de los centros de educación y formación.

En estas reuniones hemos recabado informaciones valiosas para **saber que les gusta y motiva a los alumnos**, es muy importante conocer los verbos que gobiernan la experiencia. Volvemos a la pregunta: ¿qué hay que curar?



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Hemos tenido en cuenta también los **perfíles motivacionales** de las personas que están alrededor de nuestros usuarios, que son determinantes para que nuestra solución tenga éxito, ya que son otros pasajeros del viaje del futbolista, nos estamos refiriendo a los entrenadores, a los orientadores, a los directivos y a los padres de los jugadores.

A efectos de definir la jerarquía de las motivaciones de nuestra audiencia y poder centrar de manera coherente y adecuada el análisis de las mecánicas de nuestra solución, nos hemos apoyado en diferentes autores y metodologías.

En el **apartado 5.4** de este documento se hace un análisis exhaustivo de nuestros *player types*.

### 5.1.6.- Diseño de la gamificación: mecánicas; misiones; elementos de juego; capa narrativa.

Por último, hemos **diseñado la dinámica, mecánicas y los elementos** de nuestro sistema, así como la estética y el soporte tecnológico de la solución. Todo ello basado en un **universo narrativo, un storytelling**, sobre el deporte y cómo los jóvenes deportistas tienen que afrontar todas las etapas de su viaje: su pasión, su trayectoria en el fútbol aficionado y profesional, así como su formación, educación y aprendizaje de cara al desarrollo de una carrera profesional una vez terminada su carrera deportiva.

En base al diseño de este **universo narrativo hemos generado las actividades, misiones** cosas que ocurren, cosas épicas.





Protocolo del gamificador by Oscar García Pañella.

Fig. 3

## 5.2.- Universo narrativo. Creación de una estructura narrativa en tres pilares: emocional, matemático y narrativo.

Esta obra esta basada en una narrativa sobre la Carrera Dual del Deportista y esta concebida para ser comunicada a equipos de jugadores y jugadoras de fútbol U-18 (menores de 18 años) mediante tres talleres formativos gamificados complementados con un conjunto de actividades realizadas en una plataforma formativa Moodle: lamsport+ academy. Por consiguiente, tenemos:

- Universo narrativo/mensaje: **Carrera Dual del Deportista**.
- Protagonistas/personajes/usuarios: **jugadores y jugadoras de fútbol menores de 18 años**.
- Otros personajes y usuarios: **entrenadores, profesores y padres**.
- Medio/canal: *workshop y plataforma LMS moodle*.
- Duración de cada workshop: **90 minutos**.

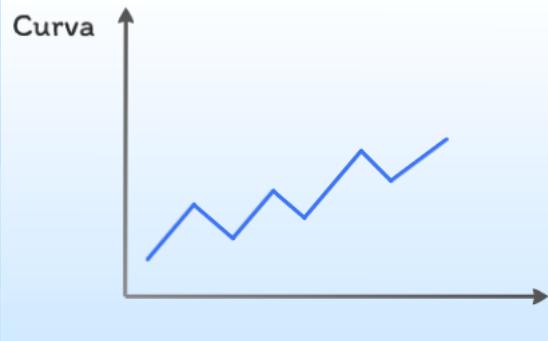
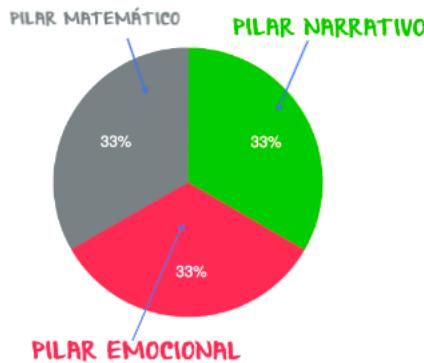
Para el desarrollo de este epígrafe nos apoyaremos en la metodología de los tres pilares desarrollada por **Jacobo Feijóo en su libro “Diseño Narrativo”**.



## WORKSHOP: "THE FOOTBALLER'S JOURNEY"

### ÁTOMO:

COMUNICAR EL RECORRIDO-VIAJE-RUTA, PROFESIONAL Y PERSONAL, DE UN JOVEN JUGADOR DE FÚTBOL.



Duración: 90 minutos

Género  
- DEPORTIVO.  
- EDUCATIVO.  
- PROFESIONAL.

Trama  
NARRAR EL VIAJE DEL FÚTBOLISTA

Personajes/usuarios  
JUGADORES DE FÚTBOL - BASE Y PROFESIONAL-

Recursos narrativos  
- RABBIT HOLE  
- CLIFFHANGER

### Valores y conflicto

VIAJE DEL JUGADOR: ETAPA DEPORTIVA; ETAPA EDUCATIVA; ETAPA PROFESIONAL.

¿Qué persigo motivar?  
QUE LOS USUARIOS VALOREN LA NECESIDAD DE CREAR SU MAPA DE APRENDIZAJE PERMANENTE.

¿Qué motivadores?  
- VISIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO.  
- AUTOEXPRESIÓN.  
- RETO O LOGRO.  
- COMPETICIÓN  
- AUTOCRECIMIENTO

Esquema de diseño narrativo, herramienta creada por Jacobo Feijóo en su libro Diseño Narrativo.

Fig. 4

Ofrece una síntesis inicial del evento.

#### 5.2.1.- PILAR EMOCIONAL.

Este pilar es el más importante de nuestra creación ya que va a poner las **bases de las motivaciones de nuestros usuarios**. Tiene que ver con las **emociones** que los usuarios sienten y, por consiguiente, nuestra primera misión es **conocer qué les motiva**.

La propuesta que nuestra narrativa presenta es **dar a conocer, mediante un primer workshop**, a los jóvenes jugadores de fútbol, protagonistas y usuarios de este universo, la herramienta creada por la Unión Europea sobre la Carrera Dual del deportista. Alrededor de este concepto se desarrollarán otros dos workshops mas donde se analizarán otros temas transversales, como son **las competencias y habilidades clave** que toda persona necesita



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

para empoderarse en el mundo globalizado, tanto a nivel personal, social y laboral.

Por ultimo, abordaremos la **movilidad transnacional** como metodología de formación y aprendizaje clave para potenciar la empleabilidad de las personas en un contexto de aprendizaje permanente, es decir, la actualización y autoevaluación continua de conocimientos y saberes con el objetivo de poder trabajar y vivir en cualquier parte del mundo.

Todos estos conceptos son inherentes a la carrera dual del deportista y al **modelo deportivo europeo de la Unión Europea**, así como a sus políticas de educación, formación y empleo.

Como resultado conformaremos una **trilogía comunicativa** que puede ser el embrión de un texto madre y un conjunto de textos orbitales susceptibles de implementarse en una estrategia de comunicación transmedia.

Por lo tanto, el objetivo de esta creación es motivar a los jóvenes deportistas para que puedan valorar en igual consideración de interés la carrera deportiva y la carrera académica y educativa, de cara a la vida profesional más allá del deporte.

La idea nuclear es crear y ofrecer un relato, un mensaje, sobre la carrera dual que tenga fuerza y sea entendido por los jóvenes futbolistas para que les pueda cautivar y ayudarles a interiorizar e introducir en sus vidas la conciencia de que el deporte y los estudios son elementos compatibles y no excluyentes.

Como venimos diciendo, el mensaje se va a expresar por medio de **tres workshops**, con una duración de **90 minutos cada uno**. Estos workshops estarán complementados con un conjunto de actividades que se desarrollaran a través de un aula virtual alojado en la plataforma **e-learning, lamsport + academy**, que será además un lugar de encuentro y debate sobre los temas que se aborden en los talleres. El aula virtual estará siempre abierta, para que los usuarios puedan consultar y realizar sus actividades. Contará con un área social de comunicación e intercambio de ideas entre los usuarios.

Los usuarios-protagonistas serán **jugadores y jugadoras de entre 16 y 18 años**, pertenecientes a las categorías de juveniles de un club de fútbol profesional o una selección nacional, por lo tanto, son jugadores que tienen muchas posibilidades de llegar al mundo profesional y desarrollar una carrera deportiva de éxito.

**¿Cuáles son las motivaciones de nuestros usuarios?** Para poder afrontar el diseño de esta obra formativa, hemos mantenido previamente **sesiones de brainstorming** con el equipo de trabajo del proyecto que es multidisciplinar y tiene una acreditada experiencia para diseñar y desarrollar esta estrategia. A estas sesiones hemos incorporado las opiniones de los entrenadores y orientadores que trabajan con los jugadores a los que nos vamos a dirigir, con el objetivo de conocer mejor a los usuarios, ya que son estos profesionales los que desarrollan su actividad a diario con estos chicos y chicas, y, por lo tanto, conocen perfectamente los aspectos psicológicos, aspiraciones, y motivaciones de cada uno de ellos.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Por último, hemos realizado **reuniones virtuales** con algunos **padres y madres de los jugadores**, para poder evaluar el entorno personal y familiar, así como los valores sociales y culturales de los jugadores.

Estas opiniones han sido clave para poder hacer un diseño de nuestro mensaje y establecer unos patrones que dinamicen nuestra propuesta formativa y de comunicación en el formato *workshop*.

Por consiguiente, hemos realizado un completo *userthinking* para ponernos en la piel del usuario.

En las sesiones de *brainstorming* hemos valorado las mejores ideas sobre cómo lograr nuestros objetivos, por lo que hemos puesto sobre la mesa las principales teorías de motivación, para finalmente adoptar y elegir diferentes soluciones provenientes de estas teorías.

En primer lugar, hemos decidido crear una estructura similar para cada taller, que debe empezar de manera contundente mediante la utilización del recurso narrativo **rabbit hole** (del que nos extenderemos cuando hablemos del pilar narrativo), con el objetivo que los usuarios puedan comenzar observando una estética, aquí sería un testimonio de un atleta, que nos va a servir de puerta de entrada al universo que vamos a comunicar, para que a continuación los usuarios sigan preguntándose ¿qué nos están ofreciendo en este evento?, y terminar interesándose por nuestra historia.

Esta técnica la tomamos del **modelo MDA de LeBlanc, Hunnicke y Zubeck**.

La segunda teoría que hemos utilizado y de manera más intensa ha sido la denominada **SMART**, que nos viene a decir que toda meta propuesta debe tener unos requisitos, y si estos requisitos se dan, la motivación por alcanzar la meta vendrá sola. En nuestro universo narrativo, la carrera dual del deportista, **los requisitos y objetivos son: específicos, logrables, relevantes y medibles en el tiempo**, lo cual favorecerá la aceptación y visión de nuestro mensaje de cara al usuario, que lo vera viable, concreto, posible y necesario.

Otro elemento a favor de esta metodología es que nos da la entrada al diseño del pilar matemático, ya que una de sus dimensiones es la medición del tiempo, lo cual es clave para la creación de la estructura de nuestros workshops.

Finalmente hemos tenido en cuenta la **teoría del canal de flow**, para que nuestros usuarios eviten caer en el estrés o en el aburrimiento y que mantengan su motivación durante todo el tiempo que dura la sesión.

Pero teníamos que elegir los motivadores adecuados y ofrecerles una recompensa, esta es la tarea difícil, saber **¿qué es lo que sacude la conciencia de nuestros usuarios y qué les hace sentir que algo es interesante o no?** Esta es la pregunta clave.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

En base a todos estos estudios, y a las sesiones de ideación con el equipo del proyecto, y especialmente a la evaluación de los usuarios a través de las reuniones con entrenadores y orientadores, y padres y madres, optamos por elegir los siguientes motivadores:

### A.- Reto o logro.

Es un motivador muy potente, la idea que se pone en valor es ¿serás capaz de llevar a cabo tu carrera de jugador de fútbol profesional, compaginándola una formación académica que te empodere para desarrollar una carrera profesional motivadora una vez que termines tu carrera deportiva?

### B.- Autoexpresión.

Crear un marco de libertad propicio y no uniformar y lanzar doctrina sobre lo que hay que hacer o no en la vida, solo mostrar los caminos para que los usuarios elijan la mejor opción desde la libertad individual.

Es una decisión personal y consciente sobre ¿qué voy a hacer con mi vida? O como el subtítulo del primer workshop nos indica ¿qué quiero ser de mayor?

### C.- Competición.

Competición en el marco de los valores del deporte, es decir poner en valor la idea de conseguir metas, de colaborar con otros para ello -trabajar en equipo-, en vencer de buena lid -sin trampas, sin argucias-, de eso se trata. Es un motivador propio del deporte y de los deportistas que se debe enfocar en el sentido que aquí de expone.

### D.- Visibilidad o reconocimiento.

Conseguir las metas nos da derecho a mostrar nuestros logros, es justo y reconfortante, los esfuerzos se deben poner en valor. Sin arrogancia, pero ser visible por nuestros méritos nos hace mas felices y mejores personas sin duda. Probablemente aquí deberíamos añadir el estatus como otro motivador.

### E.- Auto crecimiento.

Sin duda un motivador clave en nuestra obra ya se trata de crecer en dos vertientes, de menos a más, en la carrera deportiva como jugadores de fútbol, con todas las etapas conocidas. Y, por otro lado, en la carrera académica de cara al mundo del trabajo, que también supone un crecimiento desde aprendiz a maestro, a experto.

### 5.2.2.- PILAR MATEMÁTICO.

Una vez definida e identificada las motivaciones de los usuarios y los motivadores de la narrativa de esta comunicación (pilar emocional) sobre la carrera dual de los deportistas, es el **momento de diseñar el pilar matemático, que es el pilar organizador, el engranaje y el motor del diseño narrativo**.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Con esta herramienta **vamos a regular el ritmo y los tiempos del mensaje que vamos a comunicar a nuestro público**: los jóvenes jugadores y jugadoras de fútbol. Vamos por consiguiente a crear la estructura de nuestro pequeño sistema.

Para desarrollar la estructura de nuestra narrativa vamos a dibujar su esqueleto mediante una **curva de interés**, que va a determinar y a equilibrar la relación entre la tensión narrativa y el tiempo en el que se desarrolla nuestro mensaje, nuestra comunicación.

En base a las características de nuestra narrativa, que son:

- **La estructura:** se desarrollará en tres momentos comunicativos o workshops, una trilogía con un solo mensaje clave, y varios sub-mensajes orbitales. Por lo tanto, cada workshop (incluido el tercero), tiene que acabar con un “continuará” o “cliffhanger”, por consiguiente, en un momento de pico, o punto de tensión ascendente. Si dibujáramos la curva de la trilogía completa el resultado final sería diferente, pues incorporaríamos las actividades de cierre de la experiencia en la plataforma tecnológica, LMS, acabaría con una línea descendente de relajación y resolución del conflicto.
- El **tiempo de duración de cada workshop será de 90 minutos**, por lo que debemos mantener un canal de *flow* adecuado para los usuarios, aunque habrá muchos momentos de interés y muchos puntos giro, ocho en total.

Por todo ello hemos decidido hacer una comunicación basada en una estructura de **curva de Picos de Sierra**, que se muestra a continuación:



## CURVA PICOS DE SIERRA "1º WORKSHOP : THE FOOTBALLER'S JOURNEY"

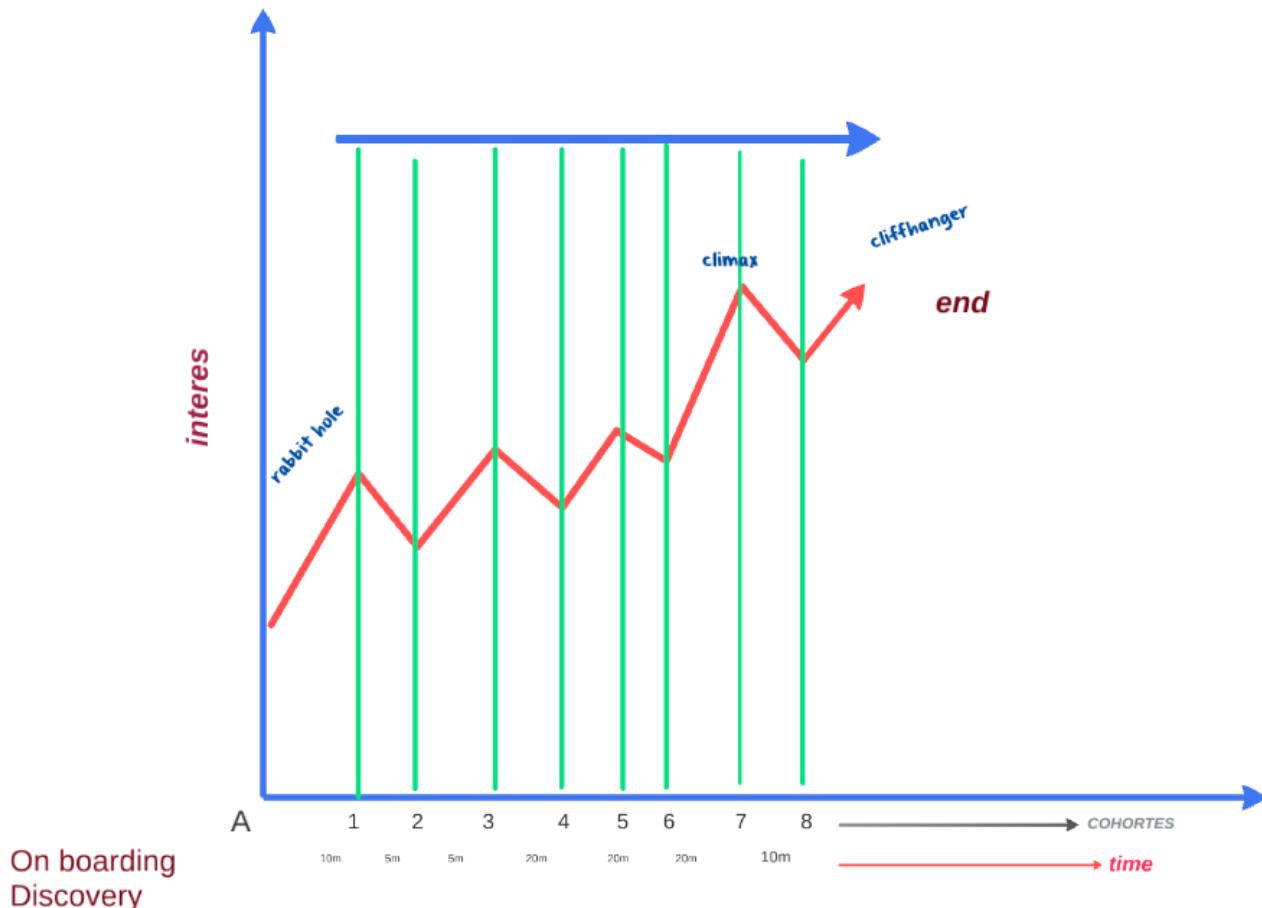


Fig. 5

## 5.2.3.- PILAR NARRATIVO.

Por último, procedemos a diseñar cómo vamos a expresarles a nuestros usuarios el mensaje, el universo narrativo que estamos creando, la comunicación. Para ello nos vamos a valer del **pilar narrativo**, que será nuestro vehículo, el que va a llegar directamente al usuario, la parte visual de nuestra comunicación.

Con anterioridad hemos creado la atmósfera emocional, las motivaciones y los motivadores de nuestra audiencia. La hemos dotado de una estructura o motor de tiempos con el pilar matemático, y ahora ha llegado el momento de darle la forma, las palabras, los argumentos, el planteamiento de los conflictos, la creación de personajes, y los recursos narrativos que vamos a emplear para cautivar a nuestra audiencia.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Como se ha venido explicando en este trabajo nuestra forma de comunicar será el formato workshop, que estará compuesto por ocho momentos de feedback hacia nuestros usuarios y protagonistas, que son jóvenes jugadores de fútbol con muchas posibilidades de realizar una carrera profesional en el deporte rey, lo que implica grandes expectativas de ganar dinero y de ser personas famosas y por lo tanto expuestas continuamente a la escena pública.

La misión que tenemos por delante, **el conflicto de nuestra trama es la de concienciar a nuestros personajes protagonistas**, los jóvenes jugadores, de que la carrera deportiva es muy corta (termina alrededor de los 35 años en el mejor de los casos), y que se está expuesto a muchos hándicaps, lesiones, malas rachas, mala suerte, etc. Por lo cual es clave que durante el desarrollo de la carrera deportiva lo jóvenes deportistas sigan una formación académica y profesional de cara a desarrollar una profesión una vez que termine su carrera deportiva.

Para todo ello nos servimos de las herramientas que la Unión Europea ha creado y desarrollado a través de cientos de proyectos de “*Collaborative partnerships*” bajo el paraguas de la metodología de “*Dual Career of athletes*” – Carrera Dual del deportista-, incardinado fundamentalmente en el marco de la **acción sport del Programa educativo Europeo Erasmus+**, que es la principal herramienta de la Unión Europea para la educación, la formación, el deporte y la juventud.

Este mensaje lo vamos a comunicar por medio de tres talleres, aquí hemos utilizado la terminología *workshops*.

Por lo tanto, este pilar narrativo está compuesto por muchos pequeños momentos de giro, con *imputs* constantes para mantener la atención de los usuarios, y para conseguir que entren en el canal de *flow*, es decir, que la experiencia sea lo suficientemente compleja pero que no les genere dificultades insuperables para su realización, pero que tampoco les aburra.

En todos los workshops habrá **personajes** que presentaran una performance, si tomamos como ejemplo el primer workshop, titulado “Qué quiero ser de mayor” podemos explicar el **patrón que vamos a seguir**.

Empezaremos la comunicación con el **testimonio y ejemplo** de un deportista, **arquetipo del deportista y profesional de éxito**, que además ha tenido muy en cuenta su formación académica durante el desarrollo de su carrera deportiva, lo que le ha permitido conseguir también el éxito profesional una vez “colgadas las botas”. Utilizaremos esta puerta de entrada -rabbit hole-, como recurso narrativo para poner al usuario en un contexto de éxito, de felicidad, de optimismo.

Después pasaremos a **explicar brevemente el proyecto** y a **presentar a las personas del equipo**, para pasar inmediatamente a entrar en el tema principal, con una pregunta general sobre la cuestión que nos ocupa, así se dará paso al intercambio lúdico de opiniones y reflexiones de los usuarios.

Esta será la dinámica de cada taller, mediante la cual llegaremos al **momento álgido**, donde se presentará otro



**testimonio (vídeo), arquetipo de deportista de fracaso**, con un sentido opuesto al primero, se trata de un deportista al que se le fue su oportunidad, y “el tiempo lo alcanzó”, dejándolo sin mucho margen de maniobra. Podríamos resumirlo en una experiencia de fracaso, aunque con grandes enseñanzas.

Con este *springboard* ascenderemos a la fase clave de reflexión y discusión de grupo con **una pregunta clave: ¿qué quieres ser de mayor?** Aquí alcanzaremos el *climax* de nuestro workshop. Se trabajará en grupos e individualmente y se sacaran conclusiones sobre el conjunto de las comunicaciones, conceptos y experiencia expuestas.

**Terminaremos el taller con un gancho**, *cliffhanger*, otro recurso narrativo, con el objetivo de enlazar con el siguiente capítulo de nuestra trilogía.

Cada taller albergará un reto que los alumnos deberán superar y serán recompensados por ello.

Toda la temática tratada tendrá conexión con la plataforma donde los alumnos realizarán actividades, se comunicarán intercambiando opiniones e ideas. Aquí también recibirán el feedback de sus entrenadores y profesores, y los padres y madres podrán seguir todo el proceso y ver los progresos de sus hijos.

### 5.3.- Estrategia transmedia

En este epígrafe vamos a plantear la estrategia transmedia que aplicaremos a nuestro proyecto.

El **objetivo general** que perseguimos con nuestra estrategia transmedia es **conocer mejor a nuestros usuarios, poder clasificarlos**, y conseguir que, a través de una estrategia de articulación de medios, los usuarios **interactúen y colaboren creando sus propios contenidos** a partir de nuestra narrativa de carrera dual del futbolista, es decir, conseguir que los usuarios **se conviertan en fans** de nuestra historia y **expandan nuestro universo narrativo, principalmente a otros jugadores y jugadoras, a otros equipos y clubes, y a su entorno familiar y social**.

El primer paso de nuestra estrategia *transmedia* de cara al objetivo general expuesto relativo al usuario, al fan, es conocerlos, saber quién son, que les interesa de nuestra narrativa, a través de qué medios consumen las historias, y saber como vamos a propiciar su participación.

Sin duda estos procesos exigen estudios de campo, y en nuestro proyecto de educación relativo al deporte del fútbol, tenemos que recabar información a través de todos los canales que estén a nuestro alcance. Estos canales principalmente están distribuidos a nivel territorial y tienen un amplio bagaje y recorrido de tránsito en el tiempo.



Partiendo de nuestro *storytelling*, elemento clave sin el cual no podríamos desarrollar un proyecto de éxito, podemos identificar varias fases:

**Fase de Inmersión:** cuyo objetivo es **conseguir que las audiencias entren en nuestro círculo mágico**, en nuestra historia. Esto lo iniciaremos con el registro del usuario en la plataforma y las actividades que realizaran después del primer y segundo workshop.

**Fase de Interactividad:** elegir por donde entrar, **los medios - puertas - que el usuario puede elegir para interactuar**. El sistema ofrece inicialmente dos canales: los workshops y la plataforma.

**Fase de Integración:** es clave que nuestro discurso, la historia que estamos contando y su narrativa tienen que ser coherente, porque a la hora de participar creando contenidos propios, **el usuario, necesita tener clara los mensajes de nuestra creación canon, y por consiguiente alienar su creación de manera lógica con el texto canon**.

**Fase de Impacto: posibilitar desde la franquicia que el usuario se sienta inspirado para poder crear**, ver en nuestra narrativa una fuente de inspiración que les otorgue confianza para poder participar, y que ofrecemos las plataformas de participación adecuadas. Conseguir que nuestro usuario entre y permanezca en nuestro círculo mágico, en el “big magic”, que diría **Elizabeth Gilbert**.

Sin duda los creadores, los *prosumidores*, son nuestro gran objetivo, porque son los que realmente van a hacer posible que nuestra historia se expanda, verdadero objetivo de la estrategia *transmedia*, y será, seguramente, en un mínimo porcentaje (el 5% según los estudios de caso) donde tenemos que poner el foco. Y para ello debemos trabajar en nuestro proyecto desde el punto de vista de la motivación del usuario. Traigo a colación la opinión de **Carlos Scolari** sobre la motivación y los medios: “hacer una obra transmedia no es meter un contenido en una botella y tirarlo al mar: la obra debe ser cultivada, trabajada día a día, escuchando a los consumidores y estableciendo una conversación con los fans del producto”.

Tenemos previsto en nuestro trabajo realizado de consultoría de recompensas, crear la figura del **“embajador de la carrera dual”**, que será el premio que obtengan algunos alumnos por la calidad de los logros conseguidos en su participación en todo el proceso formativo.

Para conseguir todo esto nuestro proyecto propone **una primera fase de sensibilización de la audiencia**, esta fase esta enfocada a hacer consciente a los usuarios de la necesidad y la importancia de la educación y la formación en el mundo del deporte del fútbol, y en el resto de ordenes de la vida, especialmente en el nuevo paradigma de Sociedad Red, Sociedad de la información, Sociedad digital globalizada.

Esta fase coincide con esa primera etapa de *onboarding*, de **descubrimiento**, donde el usuario se sube a la experiencia y acepta escuchar, ver, descubrir. A modo de proyecto piloto donde se utilizarán medios como vídeos testimoniales de experiencias de éxito y fracaso. El usuario no es pasivo, sino que participa en esta fase, recibe información y la va



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

procesando y responde a las preguntas y pequeños retos que se proponen. Todo ello se lleva a cabo en los canales de formación propuestos: los workshops y el aula virtual.

De aquí pasamos a una segunda fase de *midgame*, **donde se experimenta y luego se explora**, ocurren cosas memorables, se juega, se practican actividades. Esta fase estará enfocada provocar la participación de la audiencia, al compromiso por la educación, la formación y el aprendizaje. Las audiencias van más allá e investigan, tienen una experiencia real.

Los medios para esta fase central y clave de nuestro proyecto serán principalmente los *workshops* segundo y tercero, creados exprofeso para diferentes niveles de usuarios, además del aula virtual.

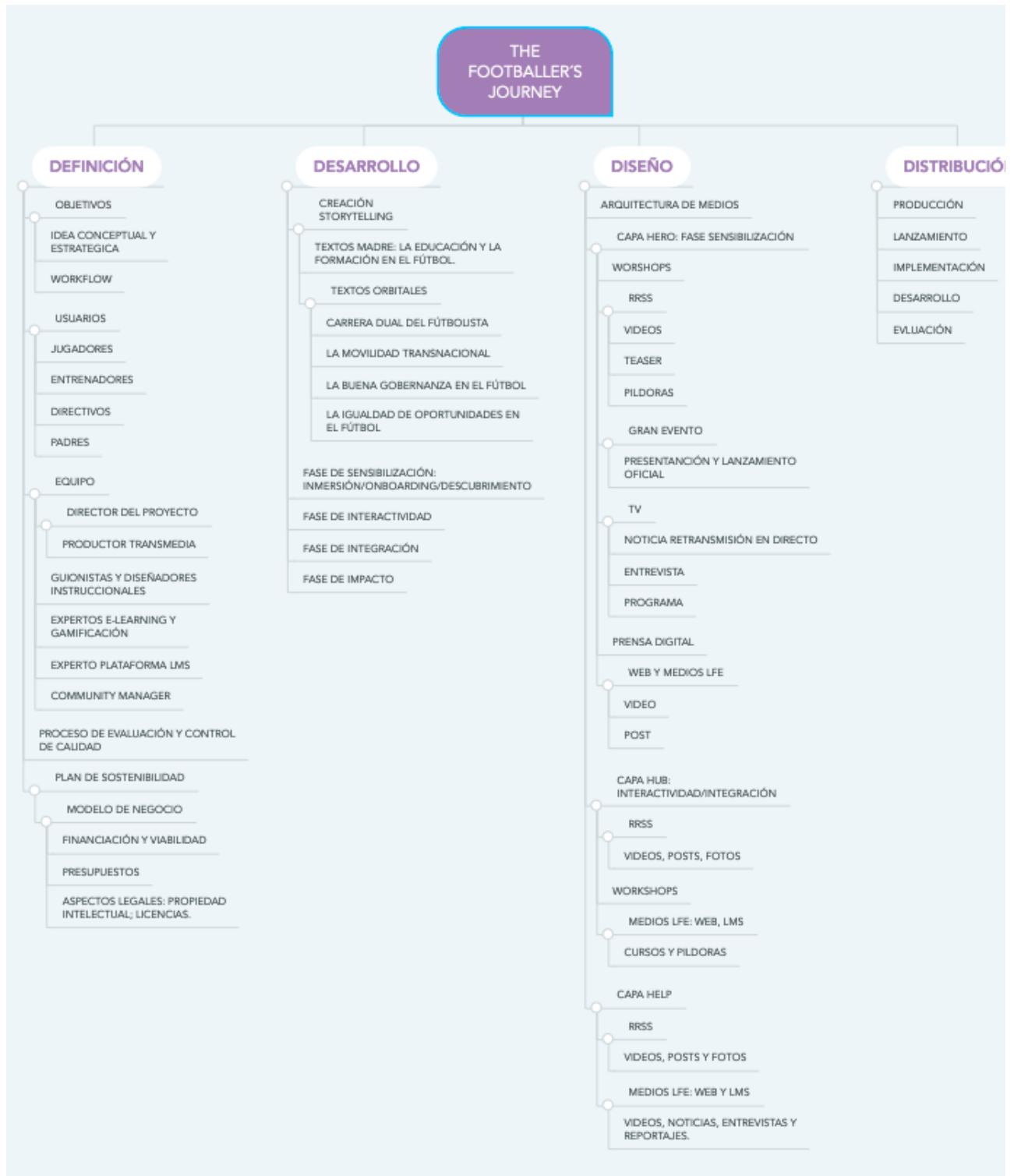
Otros medios disponibles para esta fase serán *los foros temáticos y RRSS*, que propiciarán escuchar otras opiniones de otros usuarios o fans de nuestra narrativa.

El objetivo de esta fase central es conseguir la inmersión y el compromiso del usuario para que interactúe y empiece a crear sus propios textos que complementen la historia, bien a partir del texto madre, o bien a partir de **nuevos textos orbitales**, propiciados por el *storytelling canon*, como serán las **experiencias de movilidad transnacional**, elemento de internacionalización del proyecto.

Los medios de esta fase pueden ser los *blogs*, principalmente de aquellos que participen en proyectos de movilidad transnacional y cuenten sus experiencias de educación y aprendizaje en un país diferente al suyo. También tendrán importancia los **vídeos, los foros, las fotos**, y la creación de una *wiki* específica para la educación, la formación y el aprendizaje en la industria del fútbol.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)



Mapa de lectura de la estrategia transmedia.

Fig. 6



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Este **mapa de lectura incorpora las ideas y elementos** siguientes:

- Un **desarrollo del universo de usuarios**.
- Una descripción inicial de los **perfíles del equipo** del proyecto.
- Se contempla dentro del plan de sostenibilidad los epígrafes necesarios para el desarrollo del **modelo de negocio**.
- En la fase de desarrollo se prevé la **creación del tema principal del proyecto desde el punto de vista del storytelling, así como la visión de algunos temas que formarían parte de los textos orbitales**.
- Se especifican las distintas **fases de crecimiento del proyecto**.
- En el apartado de diseño, se argumenta y organiza de manera más coherente **la arquitectura de medios** en función del mensaje y de las fases previstas.

Pero en este epígrafe sobre la estrategia transmedia de TFJ queremos volver a hacernos una pregunta: **¿qué motiva a nuestros usuarios para participar de forma activa en el universo narrativo que hemos creado?**

En el ámbito de nuestro proyecto tenemos una gran ventaja: **la pasión. El deporte del fútbol es pasional**, los aficionados no podrían explicar porque siguen a un equipo concreto, las sensaciones que experimentan ante el triunfo y la derrota son extraordinarias. Por lo tanto, no estamos hablando de un sector que se mueve en el terreno de la razón, donde las elecciones obedecen a un análisis racional y se toman las decisiones más adecuadas. No, aquí las cosas funcionan de otra manera, si eres del Barça o de Real Madrid, siempre estarás de acuerdo con lo que hace tu equipo, aunque sea irracional. Esto es aplicable al equipo de tu ciudad o de tu barrio, no importa lo grande que sea tu equipo, lo que haya conquistado o ganado, lo importante es que eres de ese equipo, que te identificas con sus símbolos, con su escudo, con su afición, con su estadio, sus lemas, sus cánticos, es decir con todo lo que le rodea y le da significado.

Nuestros usuarios son chicas y chicos que desde su más tierna infancia quieren ser futbolistas o entrenadores, o desarrollar alguna profesión o actividad relacionada con el fútbol. Potencialmente tenemos una amplia gama de usuarios: jugadores, entrenadores, directivos, padres y madres, y otros tipos de usuarios relacionados con nuestro tema. Todos ellos en sus diferentes ámbitos de actuación están unidos por la misma pasión, y sus motivaciones son muy parecidas.

Vamos a tratar de hacer una aproximación a cada grupo de usuarios siguiendo los esquemas propuestos por los diferentes autores.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Nuestra misión como productores transmedia será conseguir la implicación de los usuarios mediante su motivación intrínseca para que se sientan parte de nuestro universo y nuestro mensaje.

### A) JUGADORES:

Serán *killers* y *achievers* principalmente. Buscan competir y expresarse. Les motiva el estatus, la actividad física.

Los medios más adecuados para su participación serán los cursos **gamificados**, las RRSS, los vídeos y las fotos.

### B) ENTRENADORES Y PROFESORES:

Serán **achievers, socializadores y exploradores**. Buscan colaborar, competir, explorar y expresarse. Muchos también tienen un punto de *killers*, especialmente los entrenadores.

Les motiva **adquirir y transmitir conocimientos, el poder, triunfar en conflictos, el orden, la curiosidad, la actividad física**.

Los medios adecuados serán los **blogs, los foros, los eventos y workshops**.

### C) PADRES Y MADRES:

Serán *achievers, socializadores y exploradores*. Buscan **expresarse, colaborar y explorar**. Les motiva el contacto social, el idealismo, la familia, el honor, el poder, el estatus, la aceptación, contar historias, ser reconocido y relajarse.

Los medios más adecuados serán los **foros, las RRSS y los eventos**.

Los rasgos más comunes a esta tipología de usuarios es que **todos quieren sentirse dentro del universo que aman**. Cuanto más dentro se sienten más adictos se vuelven.

El **sentimiento de pertenencia es un elemento clave y una necesidad, la de pertenecer a una comunidad** y a un universo específico, a un equipo, a un club, a una afición, a unos colores. Y se sienten orgullosos de ello.

Las **claves** que vamos a tener en cuenta para conseguir una experiencia lectora optima de nuestros usuarios se basan en los siguientes esquemas:

- En nuestra estrategia y arquitectura de medios, **cada medio que utilicemos debe tener sentido en su conjunto**, y estar unidos entre ellos.
- La narrativa, el *storytelling*, **debe desarrollarse y comunicarse en los medios adecuados** para complementar la narrativa en su conjunto.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

- Será importante conocer **en qué medios “viven” nuestros usuarios** y en base a ello utilizarlos.
- Todo debe **estar enfocado al usuario y a conseguir darle los medios adecuados con el objetivo que se convierta en un fan y se pueda expresar, crear, colaborar.**
- **Pensaremos en nativo** para entrar en la dinámica: acción-respuesta del usuario. **Programar al usuario para su participación.**

Por consiguiente, y en base a nuestro esquema de flujo la **primera parte que vamos a acometer será de sensibilización**, pequeña narrativa *transmedia* para hacer un descubrimiento, aun no necesitamos que nuestros usuarios sean actores, crean y participen. Utilizaremos medios personalizando los grupos objetivos identificados: jugadores, entrenadores, profesores, padres y madres.

Aquí vamos a encontrar medios como los **eventos -workshops-, los vídeos, teaser** (en busca de captar la atención de los usuarios y generar expectación por saber más del proyecto), **infografías, y RRSS.**

La segunda fase de *midgame*, y una vez sensibilizados tienen que comprometerse con la nueva narrativa, que se estructurara en función de nuestros usuarios. Aquí utilizaremos medios como: el segundo y tercer workshops, el aula virtual con actividades **gamificadas, debates, foros, planeta de blogs, videos, fotos, RRSS, comics, wiki.**

Medios persuasivos, participativos y personalizados, poniendo el foco en el usuario activo y creador. Estarán interconectados y basados en **tecnología cloud**.

**Una idea nuclear que debe presidir cualquier proyecto es que sea viable.** Cuando hablamos de viabilidad no necesariamente tenemos que pensar desde un punto de vista de la rentabilidad económica, sino que también desde la óptica social, es el caso de nuestro proyecto particular.

Pero incluso la viabilidad social de un proyecto *transmedia* debe poder financiarse, pues tendrá un coste económico, así desde esta perspectiva también podremos hablar de la viabilidad económica de un proyecto social, es decir cómo se va a financiar, o mejor dicho si el proyecto es financiable para poder llevarlo a cabo. ¿Hay alguna institución o alguna persona dispuesta a poner los recursos económicos para que el proyecto se desarrolle?

En cualquiera de los dos casos, viabilidad económica y/o social, un proyecto cubre una serie de etapas que se analizan en la **Biblia Transmedia de Gary P. Hayes dedicado a Negocio y marketing**, y que vamos a tener presente para crear la propia Biblia de nuestro proyecto, que en estos momentos podemos ofrecer un planteamiento teórico que se puede ir desarrollando a partir de la implementación del sistema. Los elementos son los siguientes:

En primer lugar, hay que **tener claros los objetivos** del proyecto, tanto los generales, como los específicos y operativos.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Los objetivos se pueden ver desde el prisma de los usuarios, del equipo de producción, de los patrocinadores, o desde un punto de vista exclusivamente económico. Por ejemplo, los objetivos comerciales, de marketing, etc.

También y como hemos señalado se pueden definir los **objetivos sociales del proyecto**, como es el caso de nuestro proyecto TFJ, los cuales giran en torno a la sensibilización en el ámbito de educación, formación y aprendizaje del *grassroots*.

Incluso se pueden tener **objetivos puramente experimentales y creativos**: objetivo con un presupuesto a fondo perdido, para experimentar, conocer y desarrollar nuevos enfoques con mayor libertad creativa, y cuyos resultados se puedan desarrollar en un proyecto mayor de índole comercial, por ejemplo.

Un aspecto muy importante es conocer los **indicadores económicos del proyecto**, básicamente para determinar el retorno de la inversión.

El modelo de negocio debe prestar una atención capital a las **necesidades del usuario, audiencia y target**, para el que estamos diseñando, hay que plantear cuestiones como: ¿Qué necesidades cubrimos con el proyecto? ¿hay demanda? ¿por qué vamos a tener éxito de usuarios? ¿por qué el usuario va a usar los resultados de nuestro proyecto?

Desde el punto de vista de la **campaña de marketing** hay que plantear ¿cómo vamos a atraer al usuario a nuestro proyecto? ¿qué estrategia de marketing vamos a utilizar?

La financiación del proyecto es una parte clave en el modelo de negocio, ¿cómo vamos a financiar el proyecto? ¿cuál será la política de patrocinio? ¿cómo vamos a utilizar la publicidad para vender nuestro producto? En definitiva, como vamos a crear un proyecto rentable que nos proporcione ingresos recurrentes.

En relación con esto ultimo el proyecto debe disponer de **las proyecciones, presupuestos, cronogramas** necesarios para completar el plan de negocio y tener una foto completa del proyecto. Elementos tan principales como son el *cashflow*, gastos e ingresos, los presupuestos, los costes de los equipos y los RRHH, etc.

Abundando en los RRHH del proyecto es necesario disponer un epígrafe específico sobre el **equipo del proyecto**, el cual debe estar compuesto por los perfiles adecuados para los objetivos de creación y producción específicos. Se deben definir los puestos de trabajo: directores, escritores, guionistas, programadores, arquitectos de sistemas, ayudantes, administrativos, etc. Definir los currículums vitae de los miembros, su *track record*, las funciones y roles. Y por supuesto el presupuesto específico de personal.

Por último, es conveniente detallar un elemento de **carácter legal como es el de los derechos de autor**, ya que estamos trabajando con creaciones, por lo que la propiedad intelectual y las licencias son elementos clave para el desarrollo presente y futuro de las narrativas, guiones, etc.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

El modelo de negocio puede concluirse con un **capítulo de resumen y llamada a la acción**, que refleje la visión de conjunto del proyecto, la síntesis y los elementos nucleares que componen el plan de negocio final de la producción *transmedia* completa.

Si bien es preciso formular que un proyecto *transmedia*, aunque deba tener un final no deja de ser un elemento vivo, perfectible y por consiguiente en continua evolución, donde es preciso realizar un *playtest* continuo, que irá conformando un *canal de flow* marcado por el ritmo que imprimen los usuarios, los fans y las audiencias en general.

**El resumen** es el siguiente:

- El **objetivo del proyecto**: la expansión a través de la colaboración y creatividad de los fans del universo narrativo principal -texto madre- sobre la educación, la formación en la industria del fútbol con especial foco en el fútbol base -*grassroots*- y la carrera dual del deportista.
- El *storytelling*: Se refuerza la idea de que el guión, la narrativa principal es la parte fundamental de toda narrativa y proyecto *transmedia*. Sin un buen guión no conseguiremos conquistar el *fan kingdom*, por lo cual es clave desarrollar y crear un buen *storytelling* teniendo en cuenta a los usuarios, contar una historia que emocione y que interese a nuestro público. Nuestra historia se construye sobre el deporte del fútbol, que es pasional, lo que nos otorga una gran ventaja de cara a la expansión de los mensajes.
- La creación de **textos orbitales** para desarrollarlos e introducirlos en diferentes fases y pensados para diferentes usuarios. Aquí hemos pensado en nuevos temas para grupo de usuarios concretos y para que puedan comunicarse en medios concretos, además pensamos que aquí podemos conseguir el mayor número de fans dispuestos a crear a partir de esos huecos – gaps- que dejamos para que el usuario abra esa puerta y pueda entrar contando su historia. **Un ejemplo de ello es la movilidad transnacional**, que es una estancia formativa en otro país para formarse y llevar a cabo un aprendizaje. Estas **experiencias son muy propicias para que el que las practica pueda relatarlas, hacer una crónica personal a través de un blog, o de un vídeo, un comic, o fotografías**.
- Hemos creado fases para el desarrollo del proyecto, contemplando una **primera fase de sensibilización y descubrimiento**, para buscar un *onboarding* de los usuarios, una fase de descubrimiento.
- El resto de las fases que hemos consignado como de *midgame* tomando prestado este término del diseño de juegos, y entendiendo como la fase clave y central de la experiencia. Aquí van a confluir todos los procesos de integración e impacto, nos referimos a el **enganche y compromiso del usuario hasta convertirse en un auténtico fan dentro del círculo mágico** de nuestra historia, participando, colaborando y **creando contenidos, principalmente: su ruta de aprendizaje permanente**.
- Por último, tenemos la **arquitectura de medios** donde es clave conocer a nuestro usuario y en que



medios se mueve y consumen la información. También es importante conocer a fondo las motivaciones de nuestros usuarios, o grupos de usuarios como es nuestro proyecto.

- En el esquema ya se esboza una primera aproximación al **equipo del proyecto**, que sin duda es un factor clave para el éxito. Necesitamos un equipo completo de profesionales que puedan desarrollar un proyecto ganador por lo que es clave contemplar todos los perfiles al máximo de detalle.
- Respeto a otros aspectos del proyecto es importante entenderlo desde el punto de vista del negocio, y para ello hay que integrar en el esquema un epígrafe para desarrollar un **modelo de negocio** completo, que tenga en cuenta aspectos como son los presupuestos, la tesorería del proyecto, la financiación y la rentabilidad económica, en suma, pero sin perder de vista la rentabilidad social, como es el caso de nuestro proyecto. Aquí también se contempla los temas relacionados con la propiedad intelectual, las licencias, etc.

### 5.4.- Dinámicas, mecánicas y elementos de juego

#### A.- Aspectos generales: el objetivo.

TFJ es un sistema creado para una **misión principal que es ayudar a los jóvenes jugadores de fútbol a construir, con motivación y optimismo, su propio mapa de aprendizaje permanente** de cara a los retos deportivos, educativos y profesionales que tendrán que enfrentar durante su viaje como deportista y una vez finalizada su carrera deportiva, en la perspectiva de su carrera en el mundo laboral.

Por consiguiente, los **resultados esperados** son dos:

- Que los usuarios, jóvenes jugadores de fútbol, **construyan su mapa de aprendizaje permanente** y lo vayan evaluando y actualizándolo continuamente.
- Que estos procesos se hagan de **manera motivada y voluntaria**.

A continuación, veamos qué **retos** derivados de los objetivos y misión del sistema va a afrontar nuestro sistema gamificado, y tenemos los siguientes:

- En primer lugar, para que los alumnos puedan **superar con éxito las misiones planteadas**, tendrán que estar motivados y ser proactivos.
- Todo el desarrollo del **proceso creativo tiene que ser divertido, agradable y voluntario**.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

- El sistema debe emitir un *feedback constante e inmediato a los usuarios*, principalmente a los alumnos, pero también a los entrenadores, a los profesores y a los padres. Esto supone tener el control del progreso de sus actividades en todo momento.
- Por ultimo, TFJ debe permitir un **alto nivel de personalización**, ya que se trata de que el usuario tenga el control de su propia ruta de aprendizaje permanente, por lo que el usuario decide en todo momento cómo la construye.

Una vez definidos los objetivos, resultados esperados, y retos a superar, nos enfrentamos al diseño de las **métricas** que vamos a utilizar para medir y comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos.

El primer indicador será el **número de registros de usuarios** al sistema. Esta primera información dará paso a otra complementaria que nos ofrecerá un mayor grado de información, me refiero a la **medición del progreso**, la consecución de retos, es decir, a medir el grado de superación de obstáculos y adversidades de los usuarios. Esto lo conseguimos con una base de datos de las **acciones y actividades de los usuarios en el sistema**.

Por ultimo, tenemos un **sistema de puntos y recompensas** que se asignarán a evaluar los comportamientos de los usuarios en el conjunto del proceso de formación.

Por consiguiente, ya tenemos definido los elementos fundamentales de TFJ, por lo que nuestro sistema gamificado cuenta con unos objetivos, unos retos, unos resultados esperados y un sistema de métricas e indicadores para verificar su eficacia y pertinencia.

### B.- Audiencia: universo de usuarios.

En primer lugar, es clave mencionar que **nos referimos a las audiencias como usuarios**, ya que todos son personas activas que tiene capacidad de respuesta e interactúan creando contenidos propios.

Como venimos explicando a lo largo de este documento, en el ámbito de la comunicación del proyecto se goza de una gran ventaja, **la pasión**.

Vamos a tratar de hacer una aproximación a cada grupo de usuarios siguiendo los esquemas propuestos por los diferentes autores.

Como se recoge de forma palmaria en este documento, TFJ esta concebido como un sistema de educación y formación, y atiende a tres segmentos de usuarios, uno de ellos protagonista, y otros dos complementarios e imprescindibles para que el universo narrativo, es decir nuestro mensaje canon, sea viable. Nos estamos refiriendo a:

- **Jóvenes jugadores de fútbol**, que serán los alumnos usuarios principales del sistema, y al que va



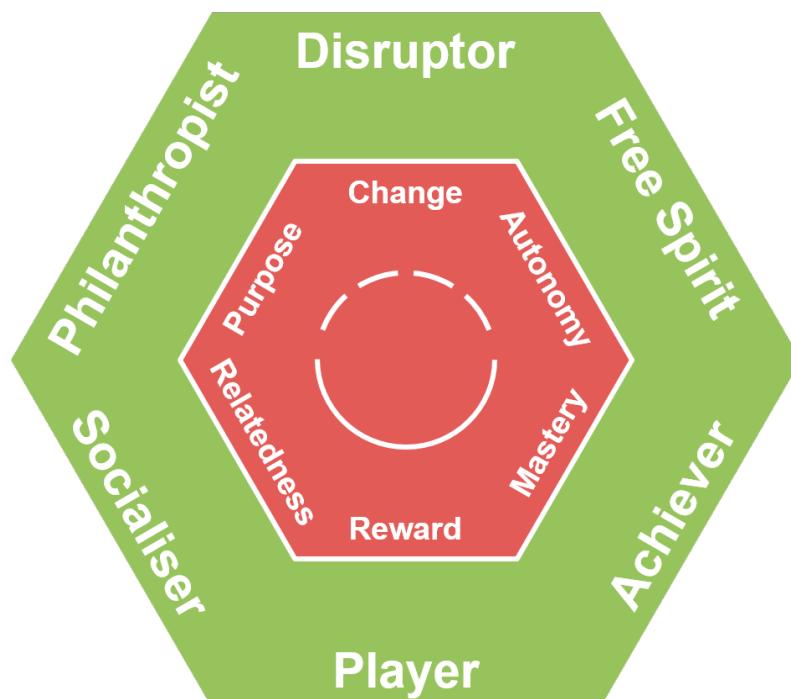
## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

dirigido el mensaje.

- **Los entrenadores y profesores**, que serán los tutores de los jugadores, se encargarán de guiar a estos por su viaje, y le darán *feedback* inmediato y continuo sobre sus actividades y progresos.
- Los **padres y madres** de los jugadores, ya que representan un papel clave en el progreso educativo de sus hijos, estos, en principio, solo recibirán información sobre los avances y progresos de sus hijos en los objetivos de las actividades planeadas.

Procedemos a cruzar los diferentes segmentos de nuestro público objetivo con la **teoría RAMP, el hexágono de los tipos de usuarios**, aplicada por **Andrzej Marczewski**, con el objetivo de determinar las características de nuestros *player types*.





Hexágono de tipos de usuarios de Andrzej Marczewski.

Fig. 7

El **primer segmento** de usuarios, los **jugadores-alumnos**, van a ser muy importantes los siguientes perfiles:

- Buscan competir y expresarse. Les motiva el estatus, la actividad física.
- Son **nativos digitales al 100%**, pertenecientes principalmente a las **generaciones Z, centenials o postmillennials**, nacidos entre 1995 y 2005.
- Todavía no están en el mercado laboral, pero ya **tienen cierta conciencia de la necesidad de la educación profesional y universitaria y post-universitaria para entrar al mundo del trabajo**.
- Los **medios y soportes** a través de los cuales conectaremos con este segmento de usuarios serán **digitales**, y los más adecuados para su participación serán los cursos y eventos **gamificados**, videojuegos, RRSS, los videos, y fotos.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Por consiguiente, en base al modelo RAMP encontramos los siguientes motivadores:

- **Relatedness:** los jóvenes jugadores a los que nos dirigimos les gusta relacionarse, ser reconocidos por sus méritos, y ser aceptados en su círculo de amistad y contactos. No olvidemos que trabajan en un contexto de equipo, con otros veinte jugadores más, donde las pautas de comportamiento están regidas por reglas de equipo, donde cada uno juega un importante papel, y juntos contribuyen a los objetivos del equipo, que es ganar. Y todo ello dentro de una organización mayor: el club, donde los jóvenes jugadores pretenden ascender. Por lo tanto, contacto social, estatus y pertenencia son las claves de este perfil.
- **Autonomy:** La experiencia de TFJ tiene un enfoque muy personalizado, por lo que se ponen en valor los conceptos de libertad, creatividad, responsabilidad, elección.
- **Mastery:** Los usuarios tienen la necesidad de progresar en un desarrollo personal que los haga crecer, así como llevar a cabo un proceso de aprendizaje, dos de los conceptos más importantes que desarrolla el sistema TFJ.
- **Reward:** Otra pieza del hexágono, que representa el triunfo en la competición, la obtención de recompensas. TFJ está más enfocado a lo intrínseco, pero no podemos dejar de hacer visible esta faceta específica de nuestros usuarios.

A estas tres categorías corresponderían los **profiles** de:

- **Socialiser:** Necesitan relacionarse con otros, crear vínculos y fuertes conexiones sociales.
- **Free Spirits:** Les motiva tomar sus propias decisiones, ser autónomo. Les gusta explorar sus propios caminos. Valoran la libertad como un bien necesario.
- **Achivers:** Orientan sus actuaciones hacia el dominio de las cosas, les encanta aprender nuevas materias, son muy curiosos, disfrutan con los retos.
- **Player:** Todos son jugadores, les motiva el juego en sí y por supuesto ganar, la recompensa del triunfo, de la competición y ver reflejado este reconocimiento en los rankings.

El **segundo segmento** de usuarios, los **entrenadores y profesores**, cuyo principal objetivo en relación con el sistema será guiar a los alumnos durante su viaje y darle un *feedback* continuo, así como enseñar los conocimientos adecuados. Van a ser muy importantes los siguientes motivadores:



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

- **Autonomy:** La experiencia de TFJ tiene un enfoque muy personalizado, lo que va a permitir a este segmento adoptar decisiones guiadas por la libertad, creatividad, responsabilidad.
- **Purpose:** La figura del entrenador y del profesor en el sistema está muy orientada a la educación y tutela de sus jugadores, para conducirlos por el camino adecuado para que puedan desarrollar todos sus talentos, el deportivo y el formativo-educativo.

En este sentido podemos considerar a nuestros usuarios:

- **Players:** Preparan a sus equipos para que jueguen con el objetivo principal de recibir recompensas, es decir: ganar.
- **Achievers:** Quieren aprender, adquirir conocimientos. La carrera de entrenador la desarrollan aprendiendo cada día, se apoyan en la experiencia y el trabajo diario y acumulativo.
- **Socialisers:** Quieren relacionarse y crear redes de contacto en el mundo del fútbol, organizan eventos y siempre están dispuestos a ofrecer sus conocimientos.
- **Free spirits:** Son creativos, les gusta explorar e innovar. Aman la libertad, que tratan de aplicar a sus métodos en sus equipos y clubes.
- **Philanthropists:** Son educadores del fútbol, se entregan a la causa del equipo, el bien común está por encima de los intereses individuales, aunque también ayudan al desarrollo personal del jugador.

En general a todos les motiva adquirir conocimientos, el poder, triunfar en conflictos, el orden, la curiosidad, la actividad física. Muchos también tienen un punto de *killers*, **especialmente los entrenadores**, son muy competitivos y quieren ganar por encima de todo.

La mayoría pertenecen a las **generaciones 'millennials' o generación Y**, son los jóvenes adultos que nacieron entre 1980 y 1995. Para esta generación, al igual que la generación Z la tecnología y las redes sociales son omnipresentes. La diferencia es el modo en que cada generación aborda la tecnología. Mientras los '*millennials*' consumen lo último que les ofrece el mercado, los '*centennials*' abordan la tecnología de un modo mucho más pragmático.

Los medios y soportes para expresarse serán digitales, estamos hablando de las RRSS, los blogs, webs, los foros, los videos. Aunque también medios analógicos como los eventos y workshops.

El **tercer segmento** de usuarios son los **padres y madres** de los jugadores que van a participar en el sistema. Los padres



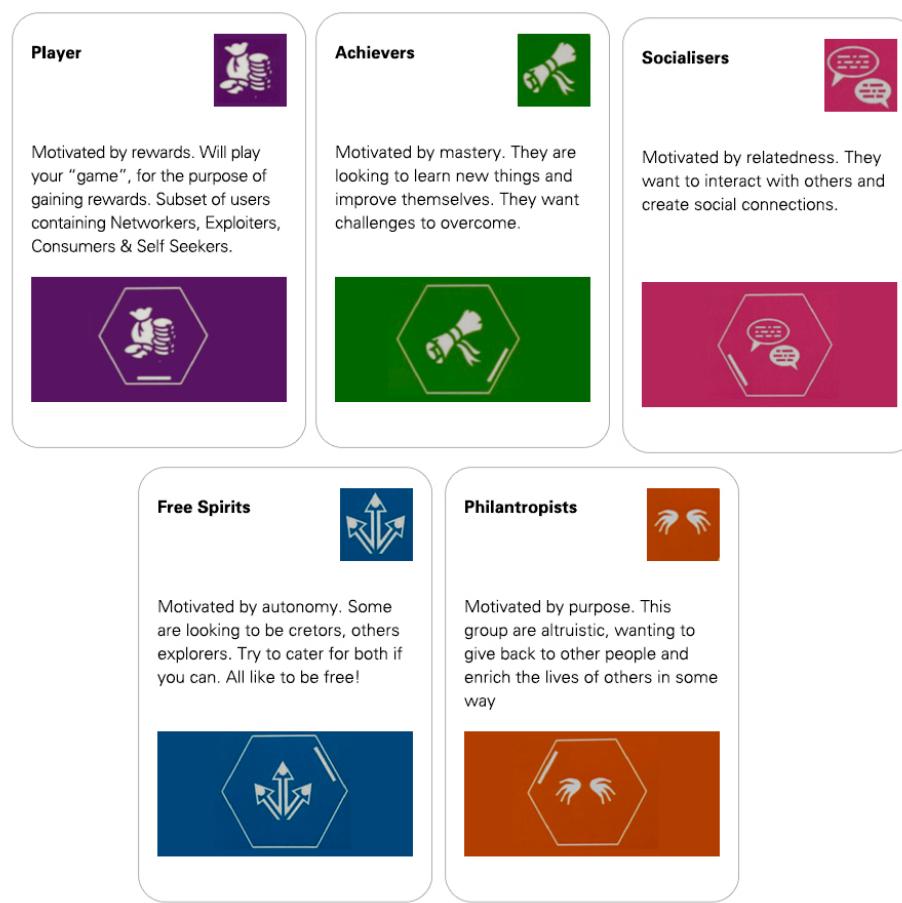
## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

quieren por encima de todo es que sus hijos triunfen como deportistas, pero que a la vez aprendan tanto en conocimientos como en actitudes, que es a lo que esta dirigido TFJ. El perfil motivador RAMP identificado para este tipo de usuario es **Purpose**. El sistema ofrecerá a los padres un feedback minucioso y actualizado del progreso de sus hijos.

Serán **achievers, socializadores y exploradores**. Buscan **expresarse, colaborar y explorar**. Les motiva el contacto social, el idealismo, el honor, el poder, el estatus, la aceptación, contar historias, ser reconocido y relajarse.

Los medios y soportes más adecuados serán los **foros, las RRSS y los eventos**.

Esta categoría de usuarios se identifica con el tipo de *Philanthropists*, su propósito es ayudar a sus hijos sin recibir nada a cambio, pero quieren estar atentos a todo lo que pueda influir en las carreras de sus hijos. Son un elemento imprescindible en el contexto de la Carrera Dual de los deportistas.



Tipos de usuarios en la gamificación de Andrzej Marczewski.

Fig. 8



Los rasgos más comunes a estas tipologías de usuarios es que **todos quieren sentirse dentro del universo que aman**. Cuanto más dentro se sienten más adictos se vuelven.

El **sentimiento de pertenencia es un elemento clave y una necesidad, la de pertenecer a una comunidad** y a un universo específico, a un equipo, a un club, a una afición, a unos colores. Y se sienten orgullosos de ello.

### C.- Los placeres.

Vamos a empezar este epígrafe preguntándonos cómo The footballer's journey satisface las necesidades y gustos de sus usuarios. **¿Qué placeres proporciona TFJ?** Basándonos en la teoría de los **"8 kinds of fun"** de **Mark LeBlanc**, en los alumnos observamos los siguientes placeres:

- **Comunidad / Relaciones:** Pertenencia a una comunidad integrándose en la misma.
- **Reto:** TFJ es una prueba de dificultad y cuya resolución supone emplear esfuerzo, inteligencia u otros recursos.
- **Expresión:** deseo de hacer las cosas con estilo propio, independencia, creatividad, incluso libertad.
- **Descubrimiento / Curiosidad / Autocrecimiento:** Querer descubrir y aprender cosas y competencias nuevas y entender en qué consisten o como funcionan. Crecer en conocimientos y maestría.
- **Diversión:** Valorar el aprendizaje mediante el entretenimiento, la distracción y la evasión.
- **Recompensa:** Se busca un objetivo, un premio, (tangible o no) que se obtiene a cambio del esfuerzo invertido en alcanzar algo.
- **Narrativa:** El fútbol es todo un universo narrativo, lleno de retos y momentos memorables, victorias y derrotas. El jugador va creando su propia historia, mediante una narrativa épica.

Los otros dos segmentos de usuarios de TFJ, los **entrenadores y profesores, así como los padres**, podemos encontrar los siguientes placeres:

- **Altruismo:** Los entrenadores van a ayudar a los jóvenes jugadores desinteresadamente buscando su mejora y bienestar.
- **Idealismo:** Los entrenadores como educadores, como orientadores asumen y desarrollan unos comportamientos acordes a unos principios éticos de responsabilidad social a la función de entrenador



de fútbol.

- **Familia:** Los padres se afanan por cuidar y proteger a los miembros de la unidad familiar, especialmente los hijos.

### D.- Los comportamientos.

A continuación, nos planteamos: ¿qué **comportamientos** pretende promover TFJ en los distintos segmentos de usuarios a los que se dirige?

- El sistema metodológico de TFJ está orientado a despertar la conciencia del alumno hacia el autoaprendizaje, de manera autónoma y flexible, por lo tanto, es necesario que el comportamiento más importante que TFJ provoque en el alumno sea una **actitud proactiva**.
- En los entrenadores el comportamiento es ayudar al jugador a aprender a formarse, es una labor **de mentoría, de orientación hacia la enseñanza y el aprendizaje**.
- En los padres el comportamiento es estar presente en todo momento siguiendo el aprendizaje de sus hijos, esto exige un **comportamiento de compromiso** con el proceso de *feedback* que mide la evolución de sus hijos.

#### 5.4.1.- DINÁMICAS.

Es el momento de preguntarnos: **¿cómo es el sistema de TFJ en sí? ¿Es decir, qué dinámicas, mecánicas y elementos de juego plantea nuestro sistema?**

Empezaremos por analizar las **dinámicas** que lo rigen. Para ello vamos a apoyarnos en varias visiones y autores, agrupados en el *toolkit narrativo de motivaciones creado por Jacobo Feijóo y Javier Trapero*, donde encontramos principalmente la perspectiva de las teorías de: **“16 Basic Desires Model” de Steven Reiss; MDA; Moving Motivators y Lean Gamification**.

Las dinámicas de TFJ son las siguientes:



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas de Contacto Social/Relaciones Y Estatus

Ambas dinámicas están muy unidas en el sentido de la necesidad de los alumnos de **pertenecer a una comunidad significativa** como puede llegar a ser TFJ, con fuertes vínculos con ideas como el conocimiento, el esfuerzo individual, la responsabilidad, la superación, la resiliencia, el trabajo en equipo, etc.



Fig. 9

### Dinámicas de contacto social / relaciones y estatus

Dentro de esa comunidad tiene también un lugar importante el **estatus** personal cincelado mediante el trabajo y el esfuerzo continuado.



Fig. 10



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas de curiosidad e independencia

TFJ ofrece un **universo cognitivo por descubrir**, con el objetivo de aprender cosas y competencias nuevas, además de entender en qué consisten o como funcionan. Pero individualizando y personalizando el proceso mediante el mapa de aprendizaje permanente de cada alumno.

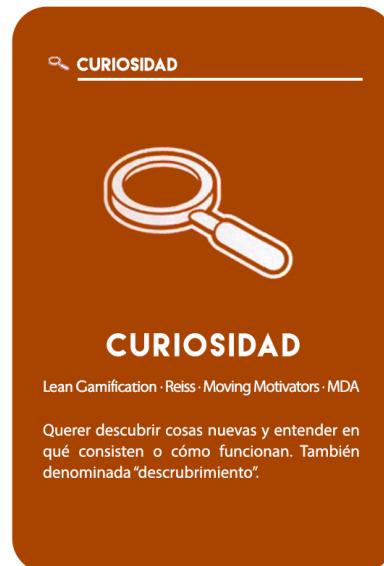


Fig. 11

### Dinámicas de familia e idealismo

Estas dinámicas las encontramos en el sistema TFJ orientadas a los segmentos de entrenadores, profesores y padres. El **idealismo**, muy unido al propio concepto de TFJ de ser un sistema de ayuda y apoyo a los deportistas jóvenes, es una dinámica esencial en el segmento de entrenadores y profesores que se apoyan en TFJ para promover el crecimiento de sus alumnos-jugadores.



Fig. 12



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas familia e idealismo

Finalmente, la dinámica de **Familia** está ligada a los padres que procuran el beneficio y la educación de sus hijos.



Fig. 13

### Dinámicas de autoexpresión

Crear un marco de libertad propicio y no uniformar y lanzar doctrina sobre lo que hay que hacer o no en la vida, solo mostrar los caminos para que los usuarios **elijan la mejor opción desde la libertad individual y la creatividad**.

Es una decisión personal y consciente sobre ¿qué voy a hacer con mi vida? O como el subtítulo del primer workshop nos indica ¿qué quiero ser de mayor?



Fig. 14



### Dinámicas de reto y recolección

El **reto** es un motivador muy potente, la idea que se pone en valor es **¿serás capaz** de llevar a cabo tu carrera de jugador de fútbol profesional, compaginándola una formación académica que te empodere a desarrollar una carrera profesional motivadora una vez que termines tu carrera deportiva?

También la dinámica de la **recolección de triunfos, logros y recompensas** que acreditan sus progresos.



Fig. 15

### Dinámicas de autocrecimiento

Sin duda un motivador clave en nuestra obra ya se **trata de crecer en dos vertientes**, de menos a más, en la carrera deportiva como jugadores de fútbol, con todas las etapas conocidas. Y, por otro lado, en la carrera académica orientada al mundo del trabajo, que también supone un crecimiento desde aprendiz a maestro, a experto.



Fig. 16



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas de diversión

El sistema va a aporta a los usuarios **entretenimiento, a aprender divirtiéndonos**, es uno de los grandes objetivos de la gamificación, que estará presente de forma palmaria en todas fases de sistema.



Fig. 17

### Dinámicas de visibilidad y aceptación

Conseguir las metas nos da derecho a mostrar nuestros logros, **es justo y reconfortante, los esfuerzos y logros se deben poner en valor**. Sin arrogancia, pero ser visible por nuestros méritos nos hace mas felices y mejores personas sin duda.

También encontramos **la dinámica de aceptación**. La necesidad del alumno de **ser reconocidos sus méritos** por sus compañeros, por sus entrenadores, profesores y por sus padres.



Fig. 18



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas de recompensa

Los usuarios deben saber si sus esfuerzos para resolver los retos y misiones van por el buen camino, por lo que TFJ tiene un sistema bien tasado de recompensas, principalmente intangibles..



Fig. 19

### Dinámicas de altruismo

Esta dinámica estará desarrollada por los entrenadores, profesores y padres, dado que sus motivaciones se centrar en ayudar a los jóvenes jugadores en todo momento buscando sus beneficio y progreso.



Fig. 20



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

### Dinámicas de orden

TFJ es un sistema de aprendizaje lúdico, pero esta ordenado y organizado en aras del sentido, la proporción y el equilibrio. Esto sin duda va a favorecer que los usuarios no se pierdan de los objetivos clave, y que transiten de manera exitosa por el canal de *flow*.



Fig. 21

### Dinámicas de competición

Competición en el marco de los valores del deporte, es decir poner en valor la idea de superación para conseguir metas, de colaborar con otros para ello -trabajar en equipo-, en vencer de buena lid -sin trampas, sin argucias-, de eso se trata. Es una dinámica propia del deporte y de los deportistas que se debe enfocar en el sentido que aquí de expone.



Fig. 22



### 5.4.2.- MECÁNICAS.

Cada una de las dinámicas identificadas implica una o más mecánicas, y algunas de ellas son compartidas.

Concretamente podemos identificar el siguiente conjunto de mecánicas:

- **Ganar reconocimiento por logros:** puntos, balones, ser embajadores de la carrera dual, etc., que consiguen los alumnos para representar y acreditar sus avances de aprendizaje.
- **Aprender:** mecánica esencial ligada al principal objetivo de TFJ.
- **Ayudar a alguien:** mecánica asociada a la dinámica del idealismo, y a la propia filosofía de TFJ.
- **Ser un mentor.** Mecánica muy ligada al rol que el entrenador representa en TFJ. También es tangencial a la figura del padre, como acompañante y animador del proceso de aprendizaje de sus hijos.
- **Fortalecer relaciones:** principalmente entre alumnos y profesores -mentores-, pero sobre todo en el ámbito familiar al crear vínculos mas fuertes basados en los compromisos de los jugadores en su rol de estudiantes, con su evolución mediante el esfuerzo que reconocen los padres, y estos mediante su involucración en el seguimiento y apoyo a sus hijos.
- **Customizar elementos virtuales.** El alumno podrá personalizar su avatar, incluso eligiendo a un deportista que se caracterice por ser un buen ejemplo de carrera dual.
- **Organizar grupos de personas.** Esta mecánica se encuentra en el ámbito de los entrenadores-profesores, y tiene que ver con la capacidad de control de este segmento de usuarios sobre los alumnos al ser los responsables de organizarlos.
- **Recompensas inesperadas.** Es una mecánica que se va a utilizar, algunas veces el sistema sorprenderá al alumno con alguna recompensa inesperada, principalmente por sus comportamientos y actitudes en el área social del sistema.
- **Ser el centro de atención.** Es una tendencia natural de los seres humanos el querer distinguirse de los demás, destacar entre la multitud, o el grupo de iguales, por lo que el alumno querrá recibir muchas recompensas.
- **Mecánica de competición.** En el sentido de cumplir los objetivos y misiones con la intención de conseguir más puntos o recompensas para destacar entre los demás, en cualquier caso,



en el sistema no habrá rankings generales ni comparativos.

### 5.4.3.- ELEMENTOS DEL SISTEMA.

#### Elementos de juego.

Asociados a las dinámicas y mecánicas tenemos al **tercer eslabón del sistema: los elementos**.

El sistema se basa en el descubrimiento de necesidades y la actitud para la asunción del compromiso de aprendizaje permanente a medida y personalizado, que consiste en que el alumno aborde y anticipa su ruta de aprendizaje permanente, afrontando los retos de conocimientos a su propio ritmo, pasando de nivel una vez adquirido de manera sólida los conocimientos y habilidades exigidas. Para hacer efectiva esta secuencia se establecen principalmente los elementos de:

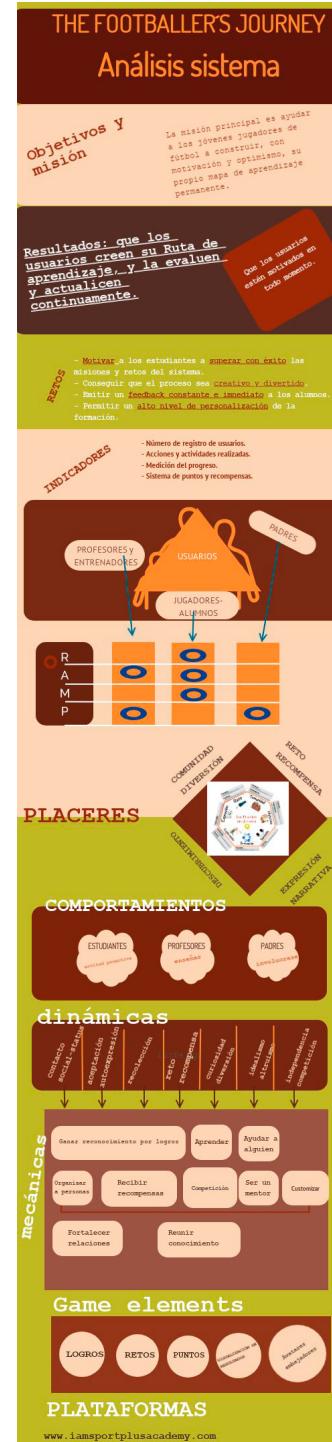
- **Retos-misiones.** Son las actividades que los alumnos tendrán que afrontar durante el desarrollo de todas las “partidas” presentadas en la plataforma y los workshops.
- **Logros.** Son el resultado positivo conseguidos por los alumnos por la realización de las misiones.
- **Niveles, puntos, balones.** Son los elementos con los que los alumnos serán recompensados con regalos y logros tanto intrínsecos, principalmente, y extrínsecos. Algunos estarán explicitados en las reglas de nuestro juego, pero otros serán sorpresas que se otorgarán a los alumnos por sus comportamientos y actitudes.
- **Visualización de resultados.** Será un elemento que va a permitir a los alumnos y a los otros segmentos de usuarios, entrenadores, profesores y padres, tener feedback inmediato y continuo sobre los progresos y cumplimiento de los objetivos de la instrucción.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

En esta infografía se sintetiza todos los componentes del sistema The Footballer's Journey. A saber:

- Objetivos y misión.
- Resultados.
- Retos.
- Indicadores.
- Player types.
- Placeres.
- Comportamientos.
- Dinámicas.
- Mecánicas.
- Elementos de juego.



Análisis sistema gamificado TFJ.

Fig. 23

- **Avatares.** Son elementos virtuales que permitirá a los alumnos mimetizar con un personaje que le represente en el juego, un modelo que representa los ideales que persigue el usuario.
- **Emabajadores.** Son las recompensas mayores. Los alumnos que superen todas las misiones con la máxima calificación serán nombrados embajadores de la carrera dual del futbolista.

Esto les otorgara derechos de acceso y privilegios de estatus.

### 5.4.4.- BALANCING.

Cómo venimos explicando TFJ es un sistema de formación gamificado que se imparte en tres workshops y un aula virtual.

Todos los segmentos de usuarios se tienen que registrar y asistir a todas las sesiones formativas. Los usuarios que “juegan” son los alumnos jugadores de fútbol, que realizan una especie de *travelling* vertiginoso donde pueden visualizar todos los retos que les aguarda en su camino, para ello tendrán que idear los mejores caminos y recursos para ir avanzando y cubriendo etapas con éxito, hasta diseñar su viaje ideal.

TFJ dispone de un universo narrativo, la carrera dual del deportista, en el que el jugador tiene que adentrarse, con el objetivo de implicarse y motivarse, para ello tendrá que analizar, reflexionar, idear, visualizar, sobre su presente como deportista y su futuro como profesional en el mundo laboral.

El **objetivo** del juego es que un jugador pueda llegar a crear un mapa o ruta de aprendizaje permanente, con sus objetivos, metas, estrategias, etc.

En TFJ todos los que consigan el objetivo final ganan, ya que habrán superado todos los retos con solvencia, pero algunos obtendrán recompensas intrínsecas más visibles que reforzarán su estatus, como por ejemplo ser embajadores de la carrera dual o acceder a una beca de movilidad transnacional.

#### Motivadores:

En el viaje motivacional de TFJ los usuarios después de la fase de *onboarding* (primer workshop), y ya subidos a la experiencia, deciden empezar el *midgame*, quedándose en la experiencia, jugando a un juego con metas y reglas claras, donde recibirán el feedback directo y constante de los entrenadores, profesores y padres, los otros dos segmentos de usuarios. Abordaran retos continuos, lo que posibilita un buen canal de *flow*, un bucle de motivación idóneo.

En esta fase de *midgame* tenemos unas dinámicas, mecánicas y elementos de juego al que le pasamos el *balancing*, que, sin duda, tiene un punto de vista subjetivo ya que genera una tensión creativa en el *game designer*. Siguiendo



la propuesta de **Jessy Schell**, para descubrir cuales son los equilibrios, para qué audiencias y target -players types- encuentren sus motivaciones.

- **#35 The Lens of Expected Value. #36 The Lens of Chance. Aleatorio vs esperado 60 vs 40:**

- Hasta que punto TFJ es aleatorio, donde las cosas no se saben como van a pasar, o por el contrario esperamos lo que sabemos que va a pasar.
- Los usuarios pueden pensar mucho en lo que va a pasar, pero no conocen todos los retos y misiones que tienen que enfrentar, hay una cierta paridad. Pero también hay unos huecos de retos desconocidos y no saben que les espera.

- **#2: Challenge vs. Success. Reto vs. éxito 50 vs 50:**

- Hasta que punto el reto es elevado o es relativamente sencillo conseguir los logros, ganar.
- En este caso podemos decir que lo mismo se gana que se pierde, el nivel de las misiones es un nivel parejo, "...me reta mas que me deja ganar, sobre todo cuando compito contra pruebas que desconozco".

- **Con sentido vs absurdo 90 vs. 10:**

- Es un sistema que tiene sentido y coherencia, aunque dispone de reglas claras siempre puede haber un margen para lo absurdo.

- **#41 The Lenns of Skill vs. Chance. Destreza vs suerte 90 vs 10:**

- ¿La suerte, el azar va a gobernar el juego o va a depender de la destreza del usuario?
- En TFJ la suerte no influye, pero la destreza en el desarrollo del juego es clave.

- **#42 The Lens od Head and Hand. Cabeza vs manos 95 vs 05:**

- Sin duda en TFJ predomina la cabeza, el pensamiento estratégico y táctico, el esfuerzo para entender y asumir responsabilidades.

- **#45 The Lens of Competition vs Cooperation. Competición vs cooperacion 40 vs 60:**

- Es claramente un sistema más colaborativo, aunque "se juega para ganar" se compite contra uno mismo principalmente.



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

- **#7: Short vs. Long. Corto vs largo 30 vs 70:**
  - Las sesiones de TFJ son relativamente largas, las partidas entendidas como sesiones formativas que son los workshops duran 90 minutos cada uno. Aunque en el aula virtual hay misiones y pequeños retos que se resuelven en poco espacio de tiempo, 10 o 15 m.
- **#46 The Lens of Reward, #47 The Lens of Punishment. Recompensa vs castigo 90 vs 10:**
  - Se recompensa siempre que se termina una misión, se castiga poco, o casi nada ya que el sistema esta pensado para la reflexión del usuario, de cara a un planteamiento estratégico de futuro.
- **#10: Freedom vs. Controlled Experience. Libertad vs control 40 vs 60:**
  - TFJ es lineal, controlado, hay reglas y dinámicas que son determinantes, pero hay margen para navegar en un mundo abierto y el usuario es libre para decidir.
- **#48 The Lens of Simplicity vs Complexity. Simple vs complejo 80 vs 20:**
  - Las misiones y retos por superar están provista de reglas e indicaciones que se aprenden rápido, pero es complejo porque se necesita pensar y actuar con una mente estratégica.
- **#12: Detail vs. Imagination. #51 The Lens of Imagination. Detalle vs imaginación 40-60:**
  - Tenemos que imaginar mucho y anticiparnos al futuro, para saber que retos tendremos que afrontar, y con qué herramientas y recursos contamos y en base a ello diseñar una ruta de aprendizaje permanente.

En base a este análisis de *balancing* y relacionándolo con los *players types* que se proponen en el hexágono de **Marczewski** podemos convenir que en principio el sistema estaría abierto para los *players*, que son aquellos que

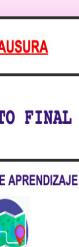


## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

les gusta conseguir los logros, les gusta ver su nombre en los rankings. Les gusta el juego en si. También les gusta hacer uso de los pequeños “bucles abiertos” para ganar ventaja. Están aquí para jugar el juego y están contentos con los reconocimientos extrínsecos.

Aunque, sin duda, los más motivados serían los triunfadores o *achievers* debido a que sus motivaciones se centran en querer ser los mejores. Hacen esto por ellos mismos, compiten con otros, pero sólo para convertirse en mejores. Sobrepasar y dominar a otros jugadores. Pueden estar motivados también por un estatus, como una representación de su logro personal. Necesitan un sistema que los enriquezca y los lleve hacia el dominio.

### 5.4.5.- MAPA DE LA EXPERIENCIA: VISUAL GAME DESIGN DOCUMENT.

STORYTELLIN: THE FOOTBALLER'S JOURNEY- DOBLE CARRERA DUAL DEL DEPORTISTA									
ONBOARDING			MIDGAME			ENDGAME			CLASURA
MISIONES PLATAFORMA WS1	WORKSHOP 1	MISIONES PLATAFORMA WS1	MISIONES PLATAFORMA WS 2	WORKSHOP 2	MISIONES PLATAFORMA WS 2	MISIONES PLATAFORMA WS3	WORSKHOP 3	MISIONES PLATAFORMA WS 3	EVENTO FINAL
IN	MIDDLE	OUT	IN	IN	IN	IN	MIDDLE	OUT	PRESENTACIÓN MAPA DE APRENDIZAJE PERMANENTE
REGISTRO TUTORIAL AVATAR	4 MISIONES	2 MISIONES	1 MISIÓN	CUATRO MISIONES	DOS MISIONES	UNA MISIÓN	CUATRO MISIONES	DOS MISIONES	
★	★	★	★	★	★	★	★	★	RECOMPENSAS 
1 			1 			1 			HAT-TRICK 
30 ★			30 ★			30 ★			90 ★
AREA SOCIAL 10 									10 ★
ACCESO 									
ACCESO+ ESTATUS 									
PUNTOS POR MISIONES	MULTIPLICADORES: ACTITUD- AREA SOCIAL	BALONES: MISIONES+ACTITUD+ AREA SOCIAL	REGALO INESPERADO	EMBAJADORES DC-TFJ					
									

VGDD de TFJ.

Fig. 24



## 5.5.- Pilar estético

Entendemos que una marca proyecta la imagen de una compañía, tanto hacia el exterior como hacia las personas que tienen contacto con ella y en el modo en el que se comunica. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de un producto definen, en último término, su personalidad, la identidad corporativa que hace identificable a una marca entre el universo de productos que existen en la categoría.

La finalidad de este epígrafe es doble, por un lado, la de describir, de manera clara y unívoca, la identidad corporativa de IAMSPORT+, marca comercial que soporta a nuestro sistema; y, por otro, la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas.

Vamos a exponer aquí algunos de los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen tanto de la marca como todas las entidades, programas, y otras aplicaciones asociadas.

Este trabajo creativo a formado parte del proceso de co-creación que supone TFJ, y el encargado de realizar y dirigir todo el proceso ha sido Juan Fuentes Flores, con su empresa [MEDEFINE](#).

### Identidad

Nuestra marca está formada por el logotipo y el símbolo y se ha diseñado para transmitir los valores que queremos expresar a través de ella como son Liderazgo / Proximidad / Compromiso Identidad / Modernidad. Todos ellos ligados a nuestro propósito en TFJ y que conecta con nuestros usuarios.



Logotipo de iamsport+.

Fig. 25



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

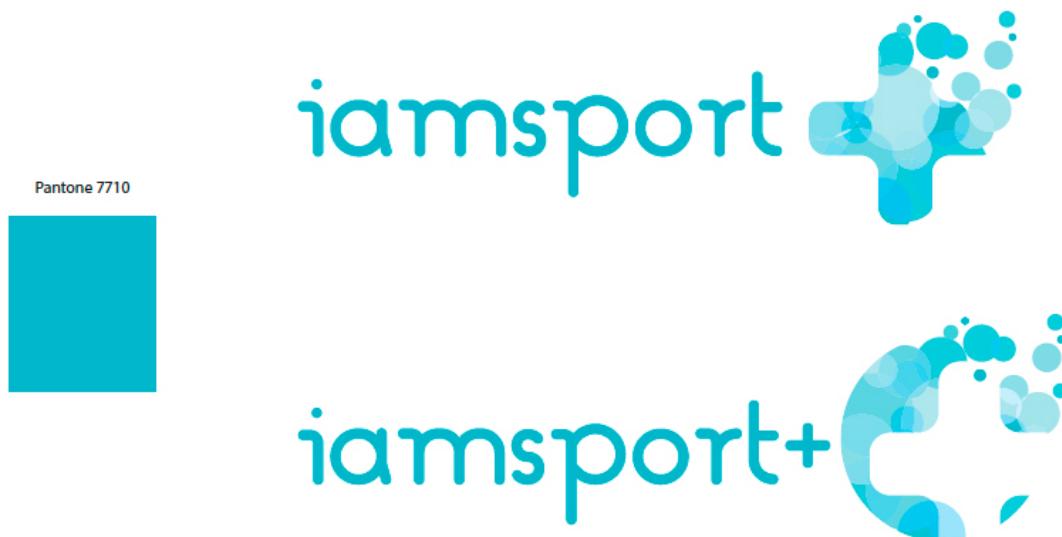
Las imágenes y línea gráfica esta compuesta por símbolos y motivos inherentes al deporte, no solo del fútbol, sino también a otros deportes. No olvidemos que nuestro trabajo TFJ estará enmarcado en un proyecto de mayor dimensión, como es La Liga de Educación y Formación del Deporte, como hemos mencionado más arriba.

- DESCRIPTOR: Nombre de marca funcional, que permite identificar automáticamente la principal cualidad o aplicación del producto o servicio al que se refiere. dependiendo su uso del público al que nos dirijamos.
- TAGLINE: Frase breve especialmente diseñada para expresar de manera ingeniosa e inteligente una propuesta de marca.

### Colores Corporativos

Las referencias de color del logotipo IAMSPORT+ es el color de la gama pantone aquí especificado. Se especifica tabla de conversión a la síntesis aditiva, sustractiva, así como al sistema RAL de pintura estándar de la industria.

Por su naturaleza, el símbolo no permite su reproducción en tintas planas, siendo reproducido en cuatricromía siempre que se represente en color. Para su reproducción a una tinta o en tinta plana existen versiones especificadas en el manual de identidad corporativo de la marca.



Logotipo de iamsport+ en tintas planas.

Fig. 26



## 5. Capítulos relativos a la parte práctica (al respecto de los 4 ejes)

Para las aplicaciones de la marca sobre soportes publicitarios y / o promocionales, hay que tener en cuenta que la marca ha sido concebida gráficamente como una entidad dinámica y mutable por su carácter orgánico, por ello se recomienda el juego gráfico, la integración, la asimilación de la marca con la gráfica que la contiene.

Abajo se pueden ver, algunos ejemplos de uso de la marca en gráfica.



Logotipo de iamsport+ en tintas planas.

Fig. 27



## 5.6.- Pilar tecnológico

Como ha quedado mencionado en el epígrafe 4.4 la plataforma elegida para ser nuestra aula virtual es **Moodle**, por las siguientes razones y ventajas:

- En primer lugar, la **comunidad** que la actualiza está consolidada, ya que cuenta con una comunidad internacional muy dinámica, con equipos de desarrolladores dedicados a tiempo completo a continuas mejoras en constante evolución.
- Es una aplicación **de uso gratuito** (software libre). Esto significa que no tendremos que gastar dinero en licencias si decidimos usarlo.
- Ofrece **diferentes métodos de evaluación**.
- Se puede **personalizar el diseño** de todo el sistema.
- Creación de **distintos perfiles de acceso basados en funciones y roles**.
- **Compatibilidad** con cualquier navegador web.

En conclusión, hemos elegido desarrollar nuestra Moodle para ofrecer desde iamsport+academy soluciones *e-learning* a nuestros usuarios, aquí estará incardinado nuestro proyecto TFJ, que será el punto de encuentro virtual tanto para alumnos, entrenadores, profesores y padres, donde todos pueden estar intercomunicados en cualquier momento, y participando durante a cualquier hora, como si estuvieran en un aula presencial.



# 6.

## Resultados y playtest

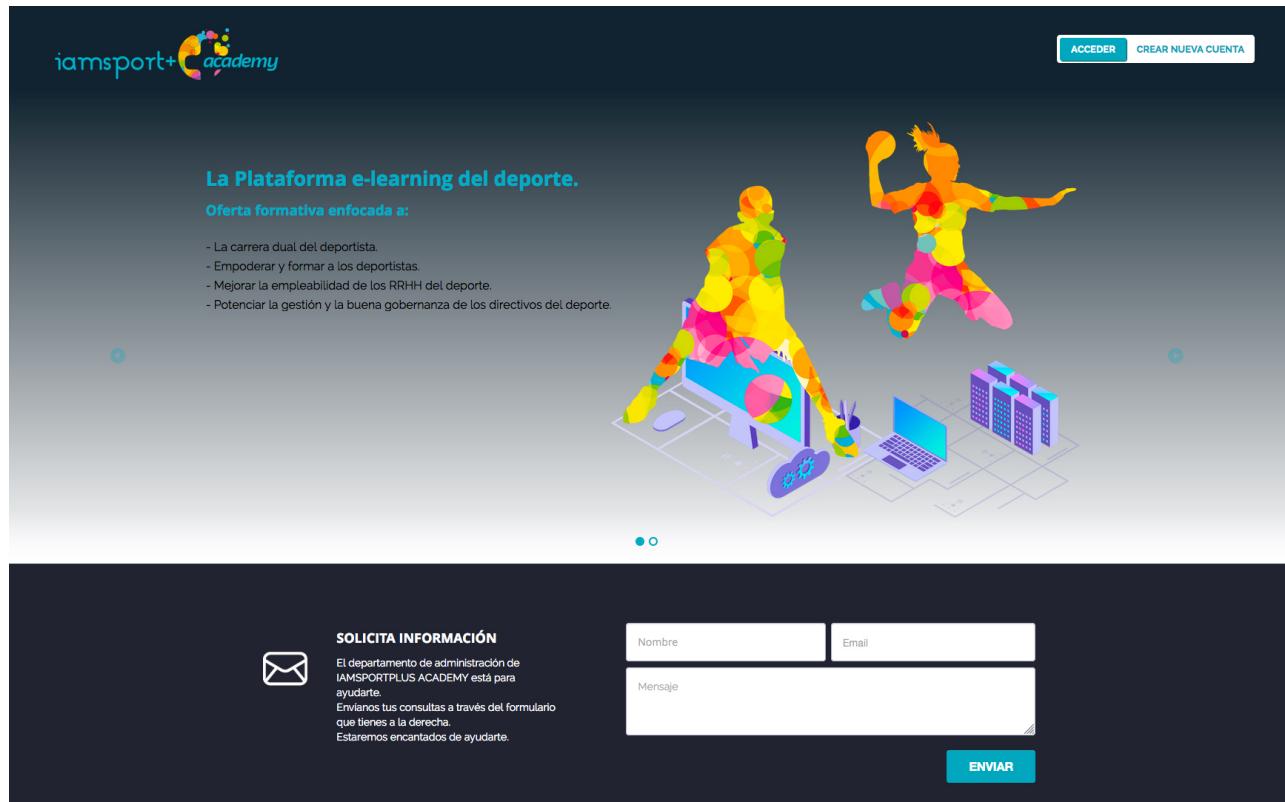
A continuación, ofrecemos el itinerario que seguirán los usuarios mediante la navegación de pantallas de que dispone nuestro sistema e-learning.

Es preciso aclarar que la construcción de esta plataforma ha seguido un proceso creativo de diseño, basado en la creación de prototipos iniciales con ideas de funcionalidad, que fueron probados en otras plataformas y a través de cuyos resultados hemos llegamos a nuestro diseño actual.

La navegación de pantallas que ofrecemos a continuación nos va a permitir conocer la ruta que seguirán nuestros usuarios.

- **Pantalla inicio:** Estamos ante la página inicial que nos dará el acceso al registro de usuarios. Además, nos ofrecerá las informaciones clave de los contenidos de la aplicación.

## 6. Resultados y playtest

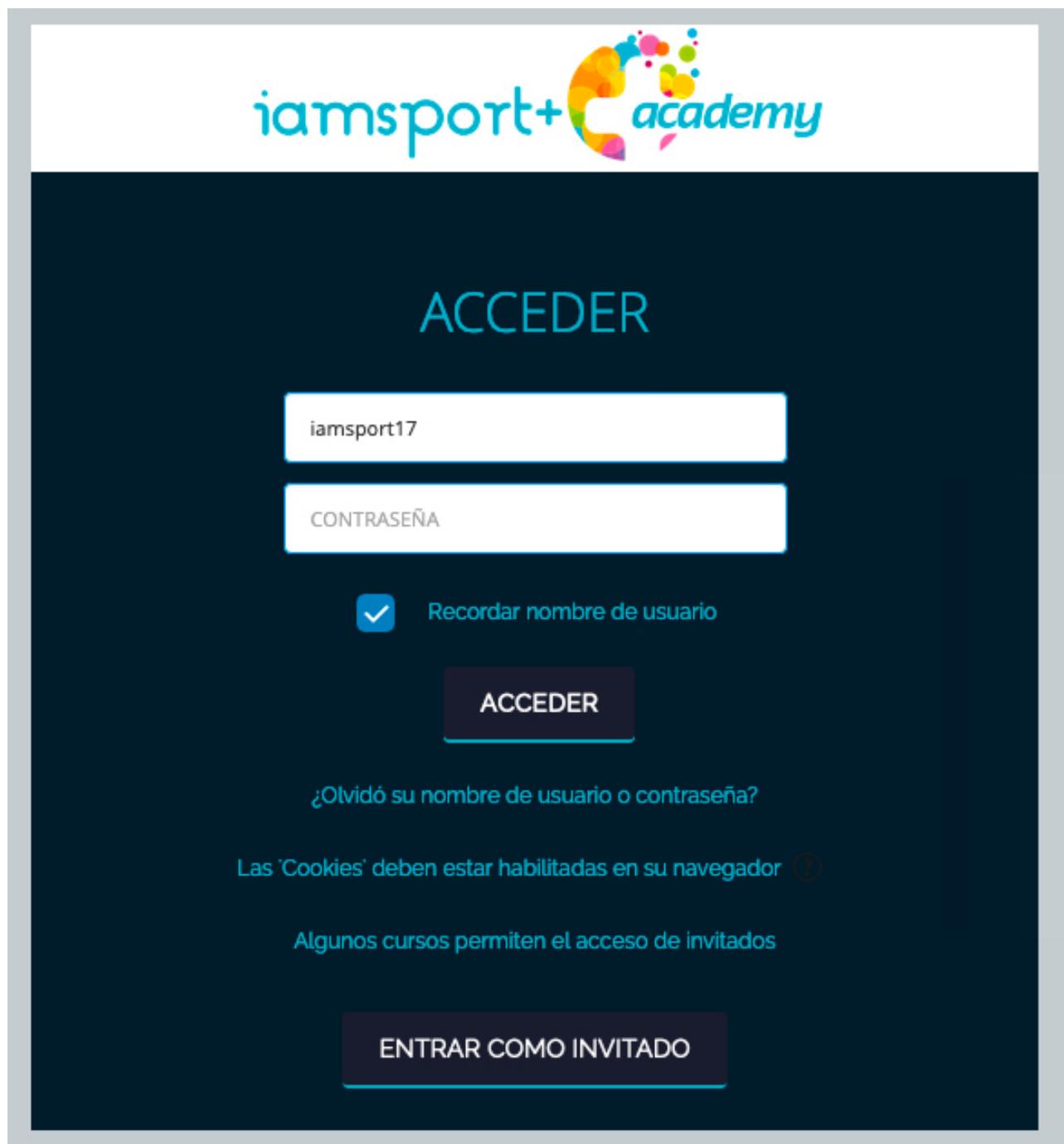


Pantalla landing page de la plataforma.

Fig. 28

Estamos ante la página inicial que nos dará el acceso al registro de usuarios. Además, nos ofrecerá las informaciones clave de los contenidos de la aplicación.

- Pantalla de registro de usuarios. Pantalla de registro de usuarios.



Pantalla de registro de usuarios de la plataforma.

Fig. 29



- Pantalla de Área Personal

Todo el contenido de este sitio web es propiedad de IAMSPORTPLUS  
Contactar | Aviso Legal | Registro | Política de Cookies | Política de Privacidad

Moodle Docs para esta página  
IAMSPORTPLUS ACADEMY. Todos los derechos reservados.  
Usted se ha identificado como IAMSPORT PLUS (salir)

Pantalla área personal del usuario.

**Fig. 30**



- Pantalla de cursos y talleres

The screenshot displays the iamsport+ Academy platform interface. At the top, there's a navigation bar with the iamsport+ Academy logo, a search bar, and a user profile icon labeled 'Invitado'. Below the header, three course/taller cards are shown on computer monitors:

- TALLER**  
**THE FOOTBALLER'S JOURNEY: Crea y diseña tu Mapa de aprendizaje permanente**  
Este curso está dirigido a todos los jóvenes futbolistas de entre 16 y 18 años [...] [+ Ver más](#)
- CURSOS**  
**ERASMUS + SPORT: Diseñar un proyecto ERASMUS + para el deporte**  
Este curso ofrece una panorámica específica y concreta sobre cómo conseguir financiación europea a través del Pr [...] [+ Ver más](#)
- CURSOS**  
**ERASMUS + SPORT: Oportunidades europeas para el deporte**  
Este curso ofrece todos los recursos para preparar, antes de las estancias, a los participantes de un proyecto de mov [...] [+ Ver más](#)

A small note at the bottom left of the page reads: "Todo el contenido de este sitio web es propiedad de IAMSPORTPLUS".

Pantalla de información de cursos y talleres..

Fig. 31

- Pantalla de cursos y talleres

**INFORMACIÓN GENERAL**

**TALLERES GAMIFICADOS: "THE FOOTBALLER'S JOURNEY"**

Crea y diseña tu Mapa de aprendizaje permanente.

**INFORMACIÓN GENERAL**

**TUTORIAL**  
**PLAN DE ACTIVIDADES Y MISIONES**  
**PLAN DE EVALUACIÓN: SISTEMA DE RECOMPENSAS.**  
**ÁREA SOCIAL.**  
**MATERIALES.**

**INFORMACIÓN GENERAL**

**WORKSHOP 1:** ¿Qué quieras ser de mayor?  
**WORKSHOP 2:** ¿Cómo vas a conseguirlo?  
**WORKSHOP 3:** ¿Dónde vas a vivir y trabajar?  
**Encuesta**

**ADMINISTRACIÓN**

**Administración del curso**

- Editar ajustes
- Activar edición
- Finalización del curso
- Usuarios
- Filtros
- Informes
- Configuración Calificaciones
- Copia de seguridad
- Restaurar
- Importar
- Publicar
- Reiniciar
- Banco de preguntas
- Administración del sitio

**PLAN GENERAL DE ACTIVIDADES**

- Inscripción y registro.
- Elección de avatar.
- Presentación en el foro/espacio social.
- Acceso al tutorial y a las unidades de competencia y a documentación e informaciones de interés.
- Lectura, estudio y debate de unidades de competencias.
- Actividades y misiones para realizar después de la realización de los workshops presenciales.
- Realización del trabajo individual: crear la ruta de aprendizaje permanente.
- Participación en Foros y actividades adicionales.
- Resumen de actividades, misiones y fechas clave.

**PLAN DE EVALUACIÓN**

- Sistema de evaluación.
- Requisitos mínimos.
- Sistema de Recompensas.
- Participación en foros y actividades adicionales.
- Nota final del curso.

**FORO "THE FOOTBALLER'S JOURNEY".**

El foro será el medio a través del cual se publicarán informaciones referentes al sistema gamificado, así como, mantener debates programados en el plan de actividades de los workshops programados. También se utilizará el foro para llevar a cabo discusiones públicas sobre el desarrollo y los contenidos o sobre temáticas diversas relacionadas con la materia de la carrera dual del deportista.

La plataforma está programada en Moodle y el espacio foro ofrecerá distintas posibilidades:

- Se puede acceder a los mensajes de distintas formas.
- Permiten adjuntar archivos e insertar imágenes.
- Los alumno/as y profesor/as inscritos, pueden recibir copias de los mensajes en su buzón de correo electrónico.

En TFJ utilizaremos el foro con los siguientes propósitos:

- Debate**: El profesor del curso planificará un debate de discusión que se llevará a cabo por todos los alumnos en el seno del foro. Los alumno/as podrán enviar comentarios sobre el tema tratado.
- De uso general**: Se utilizará el foro para trabajar en un tema que puede suscitar distintos debates. El tutor del curso introducirá un caso o una idea general y será el alumno el que decide y proponga los temas que podemos debatir. Los alumno/as pueden participar de dos formas distintas: comentando alguno de los temas ya propuestos o iniciando uno nuevo.
- Foro de preguntas y respuestas**: Los alumno/as deben responder primero a las preguntas propuestas para poder visualizar las respuestas de sus compañeros. Permite la autoevaluación y es muy enriquecedor al permitir que los alumno/as comenten mutuamente sus respuestas y aportaciones. También es posible hacer búsquedas en un foro.

**MATERIALES ERASMUS • SPORT**

En este recurso se encuentran los principales documentos, enlaces e informaciones complementarias de los talleres.

Todo el contenido de este sitio web es propiedad de IAMSPORTPLUS  
[Contactar](#) | [Aviso Legal](#) | [Registro](#) | [Política de Cookies](#) | [Política de Privacidad](#)

Moodle Docs para esta página  
 IAMSPORTPLUS ACADEMY. Todos los derechos reservados.  
 Utilizado se ha identificado como IAMSPORT PLUS (est)

Pantalla de información general de The Footballer's Journey.

Fig. 32

- Pantalla de actividades del Workshop nº 1.

The screenshot shows the iamsport+ academy website interface. At the top, there is a navigation bar with the iamsport+ logo, a search bar, and social media icons. Below the navigation bar, the main content area has a teal header with the title "UNIDAD DE COMPETENCIA 1: ¿QUÉ QUIERES SER DE MAYOR? LA CARRERA DUAL DEL DEPORTISTA." The main content section is titled "TALLERES GAMIFICADOS: ‘THE FOOTBALLER’S JOURNEY’" and describes it as "Crea y diseña tu Mapa de aprendizaje permanente." It features a large image of two stylized footballers in green and red running on a grass field. Below the image, the workshop title is repeated: "UNIDAD DE COMPETENCIA 1: ¿QUÉ QUIERES SER DE MAYOR? LA CARRERA DUAL DEL DEPORTISTA." A pink progress bar labeled "UNIDAD 1" is shown with four items listed: 1.- La carrera dual del deportista, 2.- Ejemplos de buenas prácticas, 3.- Ejemplos de malas prácticas, and 4.- Planificando tu ruta de aprendizaje permanente. On the left side, there is a sidebar under "NAVEGACIÓN" with links for Área personal, Taller, TALLERES (including "The Footballer’s Journey" with sub-links for Participants, Competencias, Calificaciones, and INFORMACIÓN GENERAL), WORKSHOP 1: ¿Qué quieres ser de mayor?, WORKSHOP 2: ¿Cómo vas a conseguirllo?, WORKSHOP 3: ¿Dónde vas a vivir y trabajar?, Encuesta, Miscelánea, and CURSOS. At the bottom, there is an "ADMINISTRACIÓN" section with a "Moodle Docs para esta página" link. The footer contains links for Contactar, Aviso Legal, Registro, Política de Cookies, and Política de Privacidad, along with copyright information for IAMSPORTPLUS ACADEMY.

Pantalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 1.

Fig. 33

- Pantalla Pantalla de actividades del Workshop nº 2.

The screenshot shows the iamsport+ Academy website interface. At the top, there's a navigation bar with the iamsport+ Academy logo, a search bar, and social media links. Below the header, the main content area has a teal header bar with the title "UNIDAD DE COMPETENCIA 2: ¿CÓMO VAS A CONSEGUIRLO? LAS COMPETENCIAS CLAVE". The main content below features a large image of two stylized footballers in green and red on a grass field, with the iamsport+ logo overlaid. The text "TALLERES GAMIFICADOS: 'THE FOOTBALLER'S JOURNEY'" is displayed above the image. Below the image, there's a pink bar labeled "UNIDAD 2" containing two bullet points: "1.- Los nuevos conocimientos, habilidades y competencias necesarias para trabajar y vivir en el mundo actual." and "2.- Ejemplos de buenas prácticas.". To the left of the main content, there's a sidebar under "NAVEGACIÓN" and "ADMINISTRACIÓN" sections. At the bottom, there's a footer with links to "Contactar", "Aviso Legal", "Registro", "Política de Cookies", "Política de Privacidad", "Moodle Docs para esta página", and copyright information for IAMSPORTPLUS ACADEMY.

Pantalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 2.

Fig. 34

- Pantalla de actividades del Workshop nº 3.

The screenshot shows the iamsport+ academy website interface. At the top, there's a navigation bar with the iamsport+ logo, a search bar, and social media icons. Below the navigation is a blue header bar with the text "UNIDAD DE COMPETENCIA 3: ¿DONDE VAS A VIVIR Y TRABAJAR? LA MOVILIDAD TRANSNACIONAL." In the center, there's a large banner for "TALLERES GAMIFICADOS: ‘THE FOOTBALLER’S JOURNEY’". The banner features two stylized football players in green and red on a grass field, with the iamsport+ logo at the bottom. Below the banner, the text "UNIDAD 3" is highlighted in a pink box, followed by a list of four items: "1.- La movilidad transnacional.", "2.- Vivir y trabajar en un mundo global.", "3.- Ejemplos de buenas prácticas.", and "4.- Planificando tu ruta de aprendizaje permanente.". To the left of the main content area, there's a sidebar titled "NAVEGACIÓN" with a tree menu. Under "TALLERES", the "The Footballer's Journey" section is expanded, showing sub-options like "Participantes", "Competencias", "Calificaciones", "INFORMACIÓN GENERAL", "WORKSHOP 1: ¿Qué quieres ser de mayor?", "WORKSHOP 2: ¿Cómo vas a conseguirlo?", "WORKSHOP 3: ¿Donde vas a vivir y trabajar?", and "Encuesta". Under "CURSOS", there are links to "Miscelánea" and "CURSOS". At the bottom of the page, there's a footer with links to "Contactar", "Aviso Legal", "Registro", "Política de Cookies", and "Política de Privacidad". On the right side of the footer, there's a link to "Moodle Docs para esta página". The footer also includes a copyright notice for IAMSPORTPLUS ACADEMY.

Pantalla antalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 3.

Fig. 35

# 7 ■ Conclusiones

Las principales conclusiones apreciadas en la diseño y elaboración de este proyecto son las siguientes:

- El **proyecto está terminado y listo para poder empezar a implementarse** en el seno de una organización de deportiva, que trabaje con el segmento de usuarios a los que se dirige TFJ, es decir: jóvenes jugadores de fútbol; sus entrenadores y profesores; sus padres. El ejemplo de esta tipología de organización puede ser un club deportivo, o una federación.
- Para la elaboración del **diseño motivacional** se ha seguido un proceso guiado por el **protocolo del gamificador**.
- Se han **estudiado los perfiles motivacionales del público objetivo**, y para ello se han utilizado las herramientas de autores de reconocido prestigio en el campo de trabajo correspondiente. Además de se ha estudiado una **amplia literatura de otros autores especialistas** en los diferentes temas inherentes a la gamificación y *game design*, que, sin duda, sus ideas y propuestas, nos han servido para combinarlas y conseguir resultados más personales e innovadores.
- Se ha tenido en cuenta las **necesidades de los usuarios**, poniéndolos en el centro del diseño.

- El proyecto se ha basado en una **narrativa específica apoyada por una literatura documentada y publicada** desde hace muchos años.
- Se han **analizado y elegido las dinámicas, mecánicas y elementos del sistema**, acorde a varios puntos clave: segmento de usuarios, motivadores, placeres y actitudes comportamentales, etc.
- El proyecto dispone de una **línea gráfica acorde al universo narrativo**: el deporte; los jóvenes deportistas; el deporte del fútbol; y la carrera dual del futbolista.
- Se ha creado un prototipo inicial de plataforma tecnológica, que ha evolucionado a la **programación de una plataforma Moodle**, que es el soporte de la formación e-learning del proyecto.
- Se han **creado unos contenidos formativos gamificados** orientados a generar **adherencia y aprendizaje junto a placer** para nuestros usuarios, lo que garantiza la **diversión**.
- Se ha diseñado un **plan transmedia**, para ser ejecutado conforme el proyecto se vaya implementando.

Una vez terminado este trabajo, también debemos decir que, al igual que cualquier otro proyecto, **es perfectible, es decir, que tiene un margen de mejora**. A priori, entendemos que las áreas de puede mejorar y desarrollarse el proyecto son las siguientes:

- Mejora y **ampliación de los contenidos formativos y didácticos**, con el objetivo de trabajar otras habilidades y competencias, principalmente la esfera personal del usuario.
- Un **modelo de negocios completo**: propuesta de valor; segmento de mercado; canales; relaciones con los clientes; fuentes de ingresos; recursos clave; actividades clave; asociaciones clave; estructura de coste.
- **Refinar el sistema gamificado**, principalmente: ampliar la literatura de la narrativa para expandirla mediante el aumento de prosumidores (estrategia transmedia); conjugar más intensamente las dinámicas, mecánicas y los elementos de juego; dar mayor coherencia y consolidar el sistema de recompensas; en definitiva, ir perfeccionando el *framework* de TFJ.
- Seguir avanzando en el **eje tecnológico** creando una aplicación “*ad hoc*”, que propicie el crecimiento del área social.



# 8.

## Líneas de futuro

“(...) A tan diáfano tazón,  
tallada perla,  
por orlas el aljófar remansado,  
y va entre margaritas el argento,  
fluido y también hecho blanco y puro.  
Tan afín es lo duro a lo fluyente  
que es difícil saber cuál de ellos fluye (...)”

Tazón de la Fuente de los Leones

(versos grabados)

La Alhambra

Hemos llegado al final de nuestra aventura. Con este trabajo casi concluimos un año de aprendizaje sobre nuevos conocimientos, habilidades y competencias, que nos será muy provechosas en los próximos tiempos. Solo queda recibir

las calificaciones, que, con independencia de su tenor, nos quedamos con la satisfacción de haber dado todo lo que llevamos dentro, sin dejarnos nada en el tintero, esto a nuestro juicio es lo importante.

Detrás de este trabajo hay muchas horas de estudio y trabajo, por lo que nos sentimos muy orgullosos de haberlo podido terminar y presentar.

Pensamos que TFJ puede serle útil a los jugadores y jugadoras de fútbol para orientarse en este complejo mundo que les ha tocado vivir, a modo de "hilo de Ariadna", esperamos que se puedan apoyar en él para "sus viajes" y poder salir con éxito del "laberinto".

Asistimos a veces perplejos, a un mundo que ha sufrido una gran transformación en los últimos treinta años. La revolución tecnológica se fundamenta en que las comunicaciones entre las personas se pueden hacer mediante ordenadores, cada vez más pequeños, miniaturizados, terminales móviles, que nos permiten emitir nuestros pensamientos, anhelos, informaciones, contradicciones, deseos, etc., a los demás, estén donde estén, no hay fronteras. Se crean grandes dicotomías, por ejemplo, entre lo local y lo global, lo real y lo virtual, se postulan identidades, se imaginan comunidades. Asistimos a un mundo que es como un laberinto, pero no el clásico romano del mito de Ariadna, Teseo y el Minotauro, sino a un laberinto sin centros, lleno de cruces, formado por una compleja red de redes, una mezcolanza de informaciones hipertextuales: imágenes, mensajes, argumentos, visiones, y un sin fin de ideas. Un mundo reticular, polivalente y multidireccional, que es el nuestro, que se desarrolla en un contexto global actual: **la sociedad red**.

Necesitamos orientarnos en esta gran red, y para ello se crean herramientas, software, en forma de complejos artefactos que nos facilitan los flujos de las comunicaciones, de las informaciones, de la educación y la formación. Esta construcción diaria de los nuevos "mapas" para cartografiar la compleja realidad, provocan una gran transformación del mundo, que afecta a las personas, a las organizaciones, a las comunidades, a la política, a la economía, a la educación, a la investigación, en definitiva, a todos los ordenes de la vida.

Las personas tenemos que desarrollar nuestro trabajo y nuestras pasiones (aficiones, gustos, relaciones, estudios, etc.) en la gran red de redes, y para ellos nos unimos en diferentes plataformas de comunicación e intercambio de informaciones: foros, chats, redes sociales, comunidades virtuales, y otras. Depositar en el flujo del ciberespacio, mediante el **nuevo lenguaje del hipertexto**, nuestra experiencia, es como una prolongación, una especie de otro "side", que necesitamos cubrir, llenar, y que además está al alcance de nuestra mano. Porque necesitamos trascender nuestra experiencia, viajar de lo local a lo global, y viceversa. Necesitamos comunicar y recibir el feedback de "los otros", disponer de sensaciones de pertenencia a grupos de iguales, con los que compartir lo que producen nuestras neuronas, y además recibir la retroalimentación necesaria para tejer las relaciones humanas en una nueva red.

En este contexto hemos diseñado nuestro proyecto, pensando en las necesidades de nuestros usuarios, esos jóvenes que juegan al fútbol con el objetivo de ganar, de lucirse, de disfrutar del juego, pero que también necesitan trascender el momento y pensar de manera estratégica en su presente y su futuro.

Sin duda, como venimos mencionando, nuestro trabajo no pasa de ser una humilde aportación que debe mejorar en las



líneas apuntadas, conforme se vaya aplicando, y en ello estaremos.

Pero también somos conscientes que como “*el argento fundido y también hecho blanco y puro*” del tazón de la fuente de los Leones de la Alhambra de Granada, tan difícil de distinguir del agua cristalina que lo recorre, pues “*tan afín es lo duro a lo fluyente*” ilustra y simboliza esta época caracterizada por la mezcolanza de flujos las comunicaciones y los agentes que intervienen, identificando, en nuestro caso, lo duro con los medios tradicionales de formación y educación, y lo fluyente con el nuevo devenir de las metodologías distribuidas, pero a estas alturas tan complicadas de discernir y evaluar, y menos aún de proyectar.

En Madrid, a mediados del mes de octubre del año 2020.

Juan Pedro Díaz Díaz.



# 9.

## Bibliografía y webgrafía

### 9.1 - Bibliografía

La **bibliografía** utilizada y consultada para la realización de este trabajo ha sido:

- Feijoo, J. (2019). Diseño Narrativo. Madrid. Ediciones Anaya Multimedia (Grupo Anaya S.A.)
- Schell, J. (2019). The Art of Game Design. Boca Ratón. CRC Press.
- Marczewski, A. (2018). Gamification. Dutch Driver & Laura Marczewski.
- Csikszentmihalyi, M. (2918). Flow. Barcelona. Penguin Random House Group Editorial.
- Chou, Y-K. (2014-2019). Actionable Gamification. Milpitas. Octalysis Media.

- Marín, I. (2019). ¿Jugamos? Barcelona. Paidós Educación.
- Scolari, CA. (2013). Narrativas Transmedia. Barcelona. Deusto.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona. Deusto.
- Martín del Burgo Simarro, FJ. (2018). Juega Limpio. Madrid. Anaya.

## 9.2 - Webgrafía

- [https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final_en.pdf)
- <https://www.rfaf.es/pnfg/>
- <https://www.rfef.es/>
- <https://www.lfe.org.uk/>
- <https://ajfs.es/>
- <http://lifeaftersport.eu/>
- <https://www.afe-futbol.com/web/>
- <https://www.rfef.es/fundacion/erasmus/football-coaches>
- [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node\\_es](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node_es)
- <https://ec.europa.eu/esf/home.jsp?langId=es>
- [http://fundacionuscdeportiva.org/fileadmin/arquivos/pdfs\\_non\\_publicos/Libro\\_Blanco\\_sobre\\_el\\_deporte.pdf](http://fundacionuscdeportiva.org/fileadmin/arquivos/pdfs_non_publicos/Libro_Blanco_sobre_el_deporte.pdf)



- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0012:FIN:ES:PDF>
- <https://europa.eu/europass/es/european-qualifications-framework-eqf>
- [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:42014Y0614\(03\) &from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:42014Y0614(03) &from=ES)
- <https://www.iebschool.com/blog/espaa-pionera-gamificacion-innovacion/>
- <https://www.gamified.uk/>
- <https://www.noemiblanch.com/>
- <http://javiertrapero.com/>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Mih%C3%A1ly\\_Cs%C3%ADkszentmih%C3%A1lyi](https://es.wikipedia.org/wiki/Mih%C3%A1ly_Cs%C3%ADkszentmih%C3%A1lyi)
- <https://www.sepe.es/HomeSepe/Personas/formacion/certificados-profesionalidad.html>
- <https://new.medefine.com/#>
- <https://www.iebschool.com/profesores/jordi-serra-madriles/>
- <https://www.gamified.uk/about/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Marc\\_LeBlanc](https://en.wikipedia.org/wiki/Marc_LeBlanc)
- <https://www.jesseschell.com/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Steven\\_Reiss](https://en.wikipedia.org/wiki/Steven_Reiss)



# 10. Lista de figuras

## Índice de figuras por página

- Figura número 1: Fotografía presentación, celebrada en Estambul y llevada a cabo por Juan Pedro Díaz representando a la AJFS de España, de la investigación sobre el marco legal de la educación de los deportistas en España. 19
- Figura número 2: Plataforma Moodle iamspor+academy. 29
- Figura número 3: Protocolo del gamificador by Oscar García Pañella. 38
- Figura número 4: Esquema de diseño narrativo, herramienta creada por Jacobo Feijoo en su libro Diseño Narrativo. Ofrece una síntesis inicial del evento. 40
- Figura número 5: Curva de interés -picos de sierra-, del primer workshop de The Footballer's Journey. 45
- Figura número 6: Mapa de lectura de la estrategia transmedia. 50

• Figura número 7: Hexágono de tipos de usuarios de Andrzej Marczewski.	59
• Figura número 8: Tipos de usuarios en la gamificación de Andrzej Marczewski.	62
• Figura número 9: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	65
• Figura número 10: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	65
• Figura número 11: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	66
• Figura número 12: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	66
• Figura número 13: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	67
• Figura número 14: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	67
• Figura número 15: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	68
• Figura número 16. Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	68
• Figura número 17: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	69
• Figura número 18: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	69
• Figura número 19: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	70
• Figura número 20: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	70
• Figura número 21: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	71
• Figura número 22: Cartas de Dinámicas. Feijoo y Trapero.	71
• Figura número 23: análisis sistema gamificado TFJ.	74
• Figura número 24: GGD de TFJ.	78
• Figura número 25: logotipo de iamsport+.	79
• Figura número 26: logotipo de iamsport+ en tintas planas.	80
• Figura número 27: imágenes de uso gráfico de iamsport+.	81
• Figura número 28: Pantalla landing page de la plataforma.	85



- Figura número 29: pantalla de registro de usuarios de la plataforma. 86
- Figura número 30: pantalla área personal del usuario. 87
- Figura número 31: pantalla de información de cursos y talleres. 88
- Figura número 32: pantalla de información general de The Footballer's Journey. 89
- Figura número 33: pantalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 1. 90
- Figura número 34: pantalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 2. 91
- Figura número 35: pantalla de las actividades online relacionadas con el Workshop número 3. 92
- Figura número 36: anexo 11.1 107
- Figura número 37: anexo 11.2 108



# 11

## Anexos

### 11.1.- Anexo número 1: contenidos formativos del primer workshop.

PRIMER WORKSHOP: "CREA TU MAPA DE APRENDIZAJE"

Subtítulo: ¿Qué quiero ser de mayor?

- **OBJETIVO GENERAL DE ESTE PRIMER WS:**
  - Conseguir comunicar a los jóvenes jugadores de fútbol menores de 18 años -juveniles- de un club de fútbol qué es la carrera dual de deportista.
- **RABBIT HOLE**
  - **1º paso. - PRESENTACIÓN DEL UNIVERSO NARRATIVO: TESTIMONIO DE UN DEPORTISTA Y DE UNA EXPERIENCIA DE ÉXITO.**
  - **Experiencia de éxito:** Presentación en directo, donde un conocido jugador de fútbol explica su caso, cómo durante su etapa de jugador llevó a cabo una formación académica, concretamente en el área de la economía y las ciencias empresariales, lo

que le ha permitido desarrollar una carrera profesional una vez terminada su carrera deportiva, concretamente:

- Gracias a su formación dos años antes de retirarse como jugador de fútbol profesional, creó una empresa dedicada a gestionar su patrimonio e inversiones. Posteriormente esta empresa se ha expandido y asesora y orienta a muchos deportistas profesionales en la creación de negocios.

• **PRIMER PUNTO DE GIRO**

• **2º paso. - PRESENTACIÓN DEL CLUB.**

- Interviene un responsable del club presentando su rol en este workshop.

• **3º paso. – PRESENTACIÓN DEL PROYECTO Y DE SU EQUIPO.**

- Interviene el facilitador sobre:
  - ¿En que consiste el proyecto y cuales son los resultados prácticos?
  - Presentación de los integrantes del equipo del proyecto.

• **SEGUNDO PUNTO DE GIRO**

• **4º paso. - PRESENTACIÓN DE UNA EXPERIENCIA DE FRACASO DE CARRERA DUAL: TESTIMONIO DE UN DEPORTISTA: JUGADOR DE FÚTBOL SALA.**

- Video: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=72&v=ijtoNbd4SNo&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=72&v=ijtoNbd4SNo&feature=emb_logo)
- A partir de la visualización del vídeo, los alumnos harán una lluvia de definiciones para explicar con una sola palabra los que el video les ha transmitido.
- Se expondrá en una pizarra todas las palabras.

• **TERCER PUNTO DE GIRO**

• **5º paso. - PREGUNTA DIRECTA: ¿QUÉ ES LA CARRERA DUAL DEL DEPORTISTA?**

- Metodología: Preguntar al grupo para que respondan brevemente que creen que es la Carrera Dual del Deportista.
  - Se toman notas de las respuestas.

• **CUARTO PUNTO DE GIRO: CLIMAX.**

• **6º paso. - PREGUNTA DIRECTA: ¿QUE QUIERES SER DE MAYOR?**

- Metodología:
  - Técnica 1-3.
  - Se crearán grupos de 3 alumnos.
  - Se ofrecerá una hoja a cada alumno y una extra al grupo, con tres elementos a reflexionar sobre el vídeo:
    - ¿qué veo?
    - ¿qué pienso?
    - ¿que quiero ser de mayor y como voy a conseguirlo?



- Cada jugador responderá inicialmente de manera individual a las tres cuestiones, y luego se hará un resumen grupal, cada grupo expondrá su respuesta al resto de los participantes.
  - Se hará una foto de las respuestas y luego se podrá hacer un collage.
- **QUINTO PUNTO DE GIRO**
    - **7 paso. - DEFINICIÓN OFICIAL DE LA UE DE LA CARRERA DUAL:**
      - Presentarla en una pantalla mediante una DIAPOSITIVA.
  - **CLIFFHANGER**
    - **8 paso. - GANCHO O ENLACE CON EL SIGUIENTE EVENTO:**
      - Consta de un puño con cuatro interrogantes.
      - El facilitador a modo de cierre leerá las cuatro preguntas que van a conectar con el siguiente workshop.
      - Se le entregara una hoja a cada jugador con el puño y las preguntas.

**¿CÓMO SERÁ TU CARRERA DEPORTIVA? ¿CUÁNTO DURARA? ¿VAS A GANAR**



**MUCHO DINERO? ¿CÓMO SERÁ TU VIDA CUANDO TERMINES TU CARRERA DEPORTIVA?**

- **HABITAL Y LOGÍSTICA**
  - Sala amplia, con equipamiento informático y audiovisual (ordenador, pantalla grande),



y conexión a internet.

- Pizarra digital.
- Cartulinas y rotuladores de diferentes colores.
- Hojas con el desarrollo de la técnica 1-3: VEO, PIENSO Y QUE QUIERO SER...
- Hojas con los puños y los interrogantes.

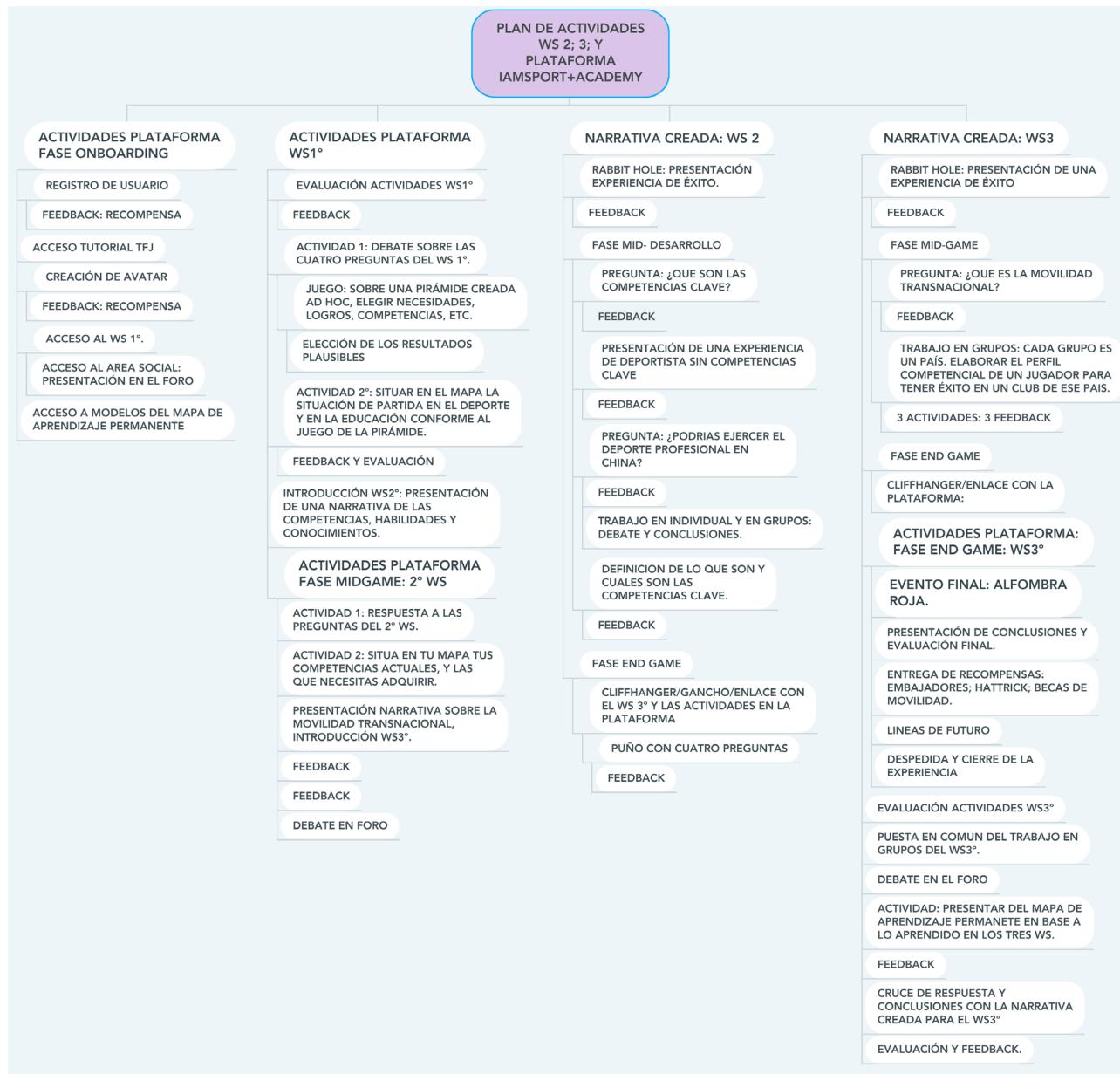


Mapa de lectura workshop 1

Fig. 36



## 11.2.- Anexo número 2 : Contenidos formativos de los workshops segundo y tercero; actividades online en la plataforma tecnológica; evento de clausura.



Plan de actividades WS2, WS3 y plataforma lamsport+academy.

Fig. 37



El viaje del futbolista · Juan Pedro Díaz Díaz

