



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



# FOOTBALL MEMORIES

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad  
Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador

Estudiante  
Manuel Vial Armanet

Julio de 2022  
Santiago de Chile

Profesor  
Gonzalo Morales Rojas



FOOTBALL  
MEMORIES



00.



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 00 Índice de contenidos /4

## 01 Introducción /7

## 02 Marco teórico /9

- El fútbol y su importancia /10
- El fútbol sobrepasa fronteras /11
- El entorno del futbol /12
- El hincha futbolero /13
- La admiración por los futbolistas /14
- Hitos memorables que no se olvidan /15
- Redes sociales en el futbol /16
- Violencia participación y memorias /18
- Webs y apps futboleras /20
- Caso Valverde /23
- Recapitulación /25

## 03 formulación del proyecto /26

- Oportunidad de diseño /27
- Formulación del proyecto /28
- Objetivos /29
- Patrón de valor /30
- Usuario /31
- Contexto /32

## 04 Estado del Arte /34

- Antecedentes /35
- Referentes /37

## 05 Metodología y procesos /40

- Etaa investigación /42
- Etaa de prototipos /47

## 06 validación y testeo previo al producto /56

## 07 Gráficas finales /59

- Diagramación /60
- Iconos /61
- Logotipo /62
- Tipografía /63
- Paleta de colores /64
- Tratamiento imágenes /65

## 08 Producto final /67

- App en detalle /69
- Home /70
- Buscador /72
- Perfil futbolista /74
- Rankings /82
- Crear memoria /86
- Perfil /90
- Versión web /91

## 09 Implementación /93

- Programación del prototipo /94
- Etapas y plazos /96
- Canvas modelo de negocios /98
- Costos estimados /99
- Financiamiento y fondos concursables /100
- Cuanto se puede ganar con apps/webs /101

## 10 Proyecciones /103

- Proyecciones freemium /104
- Proyecciones deportes /105

## 11 Conclusiones /106

## 12 Referencias /108

## MOTIVACIÓN PERSONAL

---

Desde que tengo recuerdo he tenido un gran interés y pasión por el fútbol. Lo he practicado desde temprana edad y para mí ya se ha vuelto cotidiano estar atento a todos los partidos o eventos que rodean a este deporte. Es por esto que durante la carrera de diseño cada vez que tuve la oportunidad de crear algún proyecto de manera más libre, decidí orientarlo hacia el fútbol. Esto me llevó a realizar una práctica profesional en un medio de comunicación masivo llamado DLT Sports. En DLT pude sacarle provecho a todo mi conocimiento futbolístico y marcar de esta forma un impacto con el diseño gráfico de la plataforma de Instagram.

Esta experiencia fue muy positiva para mí, pero sin lugar a dudas me quedé con las ganas de crear algo distinto en torno al tema. Por esto fue que inmediatamente al entrar a Seminario de título supe que ese era el momento para liderar un proyecto por mi cuenta de manera libre. Gonzalo Morales (profesor guía) me fue guiando de gran manera, y me hizo ver la inmensidad de oportunidades que existen en el mundo del fútbol. De esta misma forma fui descubriendo mi interés por las diversas aplicaciones y plataformas web, su manera de funcionar y las infinitas posibilidades que abren para el proceso creativo. Por esto fue que me entusiasmó bastante el proyecto de inventar una aplicación futbolera que se escapara de lo convencional.

01.



# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

---

El fútbol es un deporte el cual está instaurado con popularidad en todo el mundo. En este contexto la figura del futbolista genera gran fanatismo y admiración. La gente ve sus partidos, se informa de sus traspasos e incluso conoce sus vidas personales. Es por esto que los futboleros conocen a la perfección sus historias y valoran de esta forma a cada uno de forma distinta y única.

Sin embargo, estas memorias y valoraciones sólo son compartidas en ciertas ocasiones como momentos de confianza y seguridad. Hoy resulta difícil interactuar en torno al fútbol sin verse expuesto a que te insulten. Además vivimos en un contexto donde las plataformas privilegian la inmediatez, debido a esto es que las memorias y las valoraciones de los hinchas no adquieren mayor relevancia.

02.



## MARCO TEÓRICO

# EL FÚTBOL Y SU IMPORTANCIA



## EL FÚTBOL SOBREPASA FRONTERAS

---

El fútbol es un fenómeno el cual trasciende las fronteras y es capaz de fanatizar a todo tipo de personas, situaciones y vidas completamente diferentes. Arrigo Sachi dijo alguna vez que el fútbol es lo más importante entre las cosas menos importantes de la vida (Varsky, 2021). Esta frase se ha transformado en una completa realidad del fútbol, que se traduce en un gran fanatismo de los hinchas por sus equipos.

Chile no ha quedado exento de esta pasión que se viene desarrollando desde los inicios del fútbol. Vilches (2016) relata que Chile en sus orígenes participó en la Fundación del Fútbol Sudamericano y del primer Mundial de fútbol en 1930, sin embargo, para 1974 la selección solo había participado en 3 mundiales más. Dentro de sus mayores logros se encontraban el tercer lugar de local en el Mundial del 62 y dos subcampeonatos continentales. (Vilches, 2016).

Sepúlveda (2017) destaca recordados eventos como el decepcionante Mundial en España 1982, el optimismo en Francia 1998 y el anhelado primer título frente a Argentina en la Copa América de 2015 realizada en nuestro país.

Sin lugar a dudas desde ese primer título y el posterior bicampeonato en 2016 el fanatismo se ha acrecentado. Una fiel prueba de esto es que entre 2015 y 2018 existió un incremento de un 19% en la asistencia a los estadios (Anuario financiero, 2019). Lamentablemente este crecimiento tuvo que frenar debido a la pandemia y al cierre de los estadios. Sin embargo, resulta representativo que el 50% del país se considere interesado en este deporte (Encuesta GfK, 2019). Con la mitad de un país interesado en el fútbol y todo lo que conlleva surgió la necesidad de entender este entorno futbolístico y lo que conlleva.



Recuperado de <https://www.acmilaninfo.com/arrigo-sacchi-donnarumma-ac-milan/>

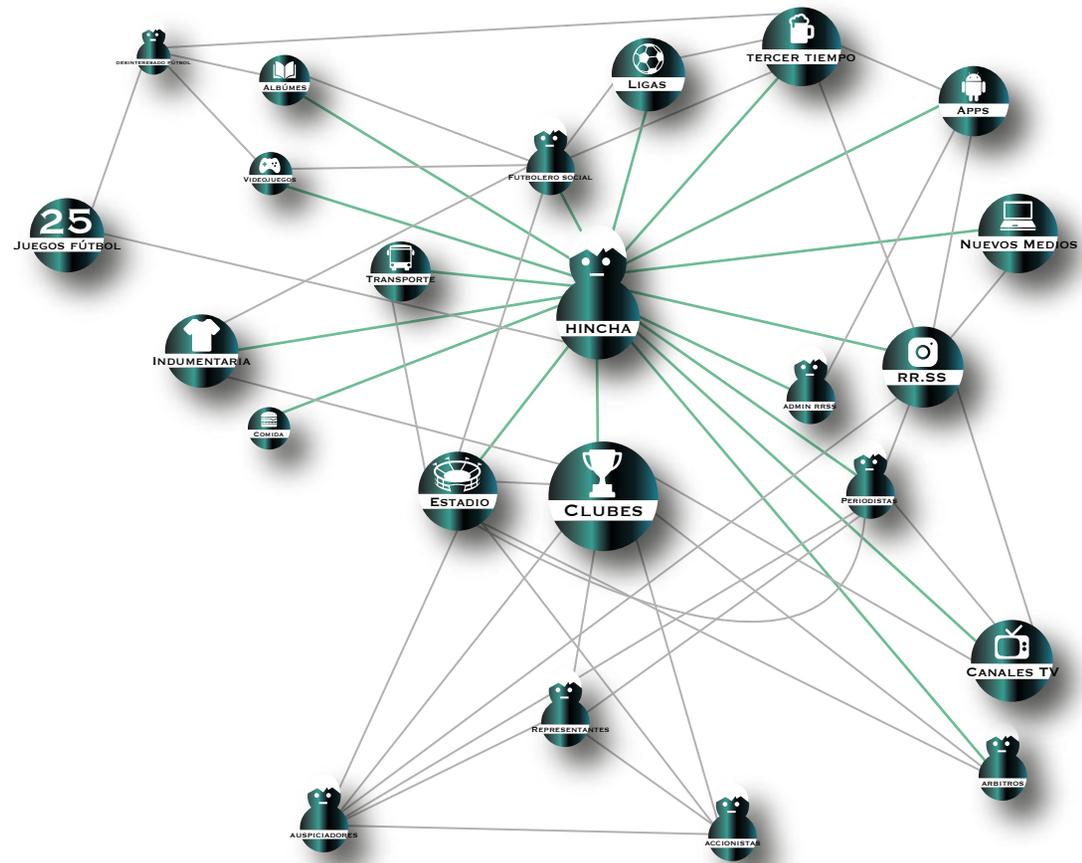
“El fútbol es lo más importante de las cosas menos importantes de la vida”

*Arrigo Sachi (ex futbolista)*

# EL ENTORNO DEL FÚTBOL

Con el conocimiento de esta cultura futbolística chilena, se buscó tomar conciencia de este entorno en el cual estamos inmersos. Para efectos de este proyecto se utilizó el enfoque metodológico llamado Mapping Controversies (Czarniawska, 2006). Este tiene como objetivo dilucidar lo no evidente por medio del mapeo. “Las redes apuntan a una transformación en la forma en que se ubica y asigna la acción. Lo que era invisible se vuelve visible, lo que parecía autónomo ahora se redistribuye ampliamente” (Latour, 2011, p. 3).

Con este objetivo se realizaron distintos mapeos. Estos consisten en unir por medio de vínculos a agentes (tanto humanos como no humanos) que existen en el ecosistema futbolero (estadios, periodistas, dirigentes, indumentarias, videojuegos, ligas, bares, etc.). Todo esto buscando así visualizar distintas sociedades y relaciones. En estos mapeos el gran hallazgo fue la gran cantidad de vínculos que incluía el agente del hincha futbolero un concepto que entraremos a definir.



## EL HINCHA FUTBOLERO

---

Una forma de definir bien lo que es un hincha futbolero es la que desarrolla Bahí (2019), quien nos habla del aficionado como alguien que se identifica con un equipo o atleta que sigue junto con su competición. Esta noción de identificación es muy fuerte y la persona está influenciada por el comportamiento del equipo en particular a través de las redes sociales del equipo y/o de los jugadores. A su vez esta autora nos habla de cómo este fanatismo influye directamente en la vida de este aficionado, siendo el equipo que sigue un factor social en su vida, un tema recurrente de conversación que comparte con otros. El fanático es un evangelizador de la marca club atleta (Bahí, 2019).

En relación con el futbolero chileno, es muy fanático y exigente sobre todo en la última década, además es muy llevado por sus pasiones, por lo que le cuesta ser equilibrado y

objetivo. Para Arcos (2017, como se citó en Sepúlveda, 2017) el aficionado chileno se está reacomodando. Más que no saber perder, no sabe ganar. Pasamos de ser los más malos a los más buenos, y si no les ganamos a todos volvemos a ser los más malos. Desde que Chile ganó las dos Copas Américas de 2015 y 2016 este autor ve cambios significativos en el comportamiento de los hinchas nacionales, el primero es que se amplió el público y el segundo es que ese público tiene una mirada más exigente. Es decir, se ven los partidos, pero para ganarlos.

En base a estas referencias se elaboró una definición propia. Entendemos por hincha futbolero chileno, a todo aquel fanático nacional que sigue la competición futbolística, a su equipo o ídolo en alguna plataforma (televisión, estadio, streaming, redes sociales) de forma constante. Tiene una alta expectativa previa a los eventos

deportivos, lo que afecta directamente en su vida. Además, suele tener un gran conocimiento el cual en ciertas circunstancias está dispuesto a compartir con gran pasión, ya sea en redes sociales como también en el día a día con sus cercanos.

## LA ADMIRACIÓN POR LOS FUTBOLISTAS

---

Muchas vidas de futbolistas son inspiradoras, pasando así de la pobreza extrema a jugar en escenarios mundiales con más de 80.000 personas. Es por esto que los hinchas futboleros ven con grandes ojos a sus ídolos, su felicidad los hace felices y sus logros se viven en carne propia. En la serie *"Neymar, el caos perfecto"* se enseña como un jugador puede llegar a convertirse en una marca a través de su historia e inspiración a los demás. En este caso Neymar genera tal admiración en los fanáticos que crea modas, llegando incluso a ser imitado mundialmente con sus peinados y formas de bailar (Rodrigues, 2022). Lo que todo esto refleja es la sobredimensión de la figura de un futbolista, un nivel de fama e idolatría que supera cualquier límite. Estos superhéroes y a veces villanos para la gente, están bajo la lupa constantemente. Los hinchas recordarán con lujo de detalle cada actuación o interacción en la que sus ídolos participen.



Recuperado de <https://www.aarp.org/espanol/entretenimiento/musica-cultura/info-2016/fotos-neymar-peinados.html>

## HITOS MEMORABLES QUE NO SE OLVIDAN

---

El fútbol está rodeado de grandes hitos memorables protagonizados por estrellas de talla mundial y otras no tanto. Se tiende a pensar con memorias futbolísticas en resultados, goles inolvidables o grandes partidos, sin embargo, existen un montón de memorias que siguen en la retina de los hinchas que escapan lo meramente futbolístico. Segura (2018) relata cómo en la final del Mundial de Alemania 2006 Zinedine Zidane le propinó un cabezazo a Marco Materazzi. Se cuenta que dicho acontecimiento fue debido a un particular insulto familiar hacia Zidane. Este suceso es inolvidable para quienes vieron ese partido, basta mencionar a Zidane, para pensar en el cabezazo. Los hinchas futboleros suelen consumir horas y horas de fútbol y así como este hito fue inolvidable, estos fanáticos conocen millones de memorias las cuales suelen ser menos conocidas.

No es exagerado decir que cada aficionado del fútbol tiene un gran conocimiento de hitos memorables. Solo hay que considerar que cada partido es una historia, y en cada partido suceden todo tipo de situaciones, desde un perro que entró a la cancha, a un gol nunca antes visto.

Lo llamativo es que a día de hoy esos conocimientos no se están compartiendo fuera de las charlas cotidianas, charlas las cuales son valoradas por quienes gustan de compartir en torno al fútbol. Es común ver como solo se habla del presente tanto en la televisión como en las Redes Sociales. Por esto es que compartir el conocimiento de los hinchas sobre hechos pasados, contribuiría tanto culturalmente como al entretenimiento de los fanáticos.



Recuperado de <https://www.mundodeportivo.com/futbol/internacional/20200503/48934724204/materazzi-explica-lo-que-le-dijo-a-zidane-antes-de-que-le-diera-el-cabezazo.html>

# REDES SOCIALES EN EL FÚTBOL



## LAS REDES SOCIALES EN EL FÚTBOL

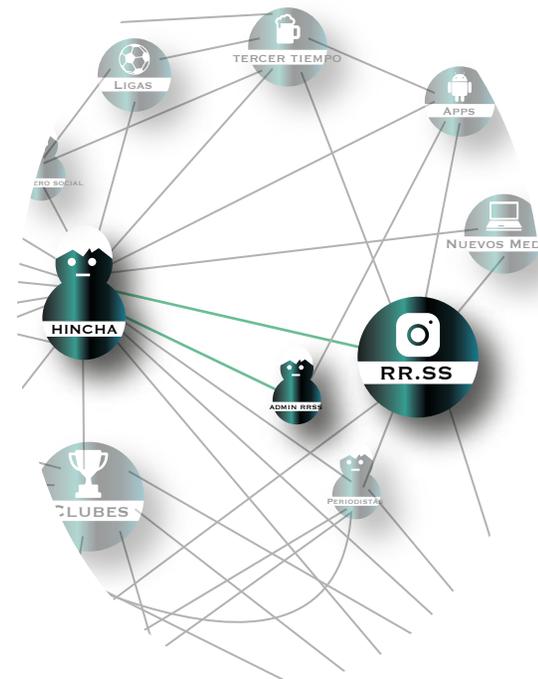
---

Como forma de indagar más en el mapeo (pág.12), se realizó una encuesta mixta a 62 personas buscando comprender de mejor forma al hincha futbolero. Uno de los vínculos más fuertes que se encontraron fue su lazo con las redes sociales. “Generalmente uso Instagram con fines futboleros, me gustan las páginas futboleras como DLT Sports o La Arenga del Abuelo” (Gerardo Infante).

Las redes sociales se han posicionado como lugares de debate y opinión entre los fanáticos, donde hasta 2020 existían un total de 9.873.846 seguidores entre Facebook, Instagram y Twitter, siendo la más creciente Instagram con un incremento del 30% en comparación al año anterior (Anuario financiero, 2019). Es precisamente esta última que tiene gran presencia en el fútbol, varias páginas han tomado gran popularidad entre los

fanáticos de este deporte. Algunos de estos proyectos en redes sociales son, Dlt Sports, con más de 100.000 seguidores, Redgol, con casi 300.000 y cuentas de nivel mundial como 4-3-3 con 50 millones de seguidores. A su vez los canales de fútbol tienen sus propias cuentas de instagram masivas, como Tnt Sports o Espn. Todas estas plataformas buscan la participación de sus usuarios a través de sus comentarios.

A su vez existe un gran interés en seguir las cuentas de los futbolistas. Algunos autores sostienen que la introducción de las redes sociales en el mundo del fútbol cada vez está tomando mayor protagonismo, porque al igual que los clubes, los propios jugadores comenzaron a hacer de forma más pública su forma de vida día a día (Soto et al., 2021).



# VIOLENCIA, PARTICIPACIÓN Y MEMORIAS

Se identifican 3 principales problemas en el uso de Redes Sociales futbolísticas.

Primero, existe violencia en muchos usuarios, ya que se pueden enviar toda clase de comentarios y reacciones pasionales desde el anonimato. Sobre este tema Soto et al. (2021) menciona que los hinchas hacen saber su descontento a través de las redes sociales cuando se está jugando mal, y lo contrario cuando se está teniendo una buena campaña.

Segundo, fue llamativo que para efectos de este proyecto se entrevistó a 8 hinchas futboleros que usaban redes sociales y todos manifestaron que su participación era escasa o casi nula. Ninguno creaba contenido, o comentaba en las publicaciones. En base a estas problemáticas se elaboraron 3 definiciones propias acerca del comportamiento de los

distintos usuarios, esto en torno a las redes sociales futboleras de Instagram.

*a) Usuario pasivo:* No participa, ya sea por tiempo, temor a ser juzgado, o simplemente cree que no tiene nada que aportar. Se conforma con curiosar, informarse o entretenerse con el contenido generado por los demás.

*b) Usuario participativo:* Se siente parte de ciertas comunidades sociales futboleras. Puede comentar, donar dinero, y participar activamente del contenido que crea otro. De todas formas, nadie lo conocerá y será anónimo. Es por esto mismo que en este grupo se concentran gran parte de los violentos. Este tipo de usuarios suelen tener nombres no identificables (ausencia de nombre y apellido).



## VIOLENCIA, PARTICIPACIÓN Y MEMORIAS

---

c) *Creador de contenido*: Nace de algún usuario pasivo o participativo que haya considerado que desde su rol anterior no podía figurar. Tanto su pasión como su amplio conocimiento sobre el fútbol se encontraba reprimido. Esta persona considera que tiene el entusiasmo, talento, recursos y tiempo como para crear contenido original del interés de algún tipo de usuario futbolero.

El tercer y último problema, resulta ser el más revelador para el proyecto, la pérdida de las memorias en redes sociales. Las plataformas actuales tienden a la inmediatez, por lo cual lo que leemos siempre es la noticia, opinión o la memoria reciente. Esto es crítico, ya que usuarios que desconozcan acontecimientos del pasado futbolístico, jamás podrán conocer las memorias y opiniones ya sucedidas. Si alguien quiere saber los hitos memorables del fin de semana podrá consul-

tar rápidamente, pero ¿Se pueden consultar hechos memorables de hace 10 años en instagram?. Sin lugar a dudas que no, y si quisiéramos conocerlos se debiera buscar en internet o en Wikipedia, seguramente nadie quiera hacer eso. Este problema comienza a dar luces de lo que viene a solucionar el proyecto Football Memories.

# WEBS Y APPS FUTBOLERAS



## WEBS Y APPS FUTBOLERAS

---

Con el fin de seguir indagando en el mapeo (pág.12) y el entorno que rodea al hincha futbolero ,se realizaron entrevistas. Un vínculo que se vio en ellas fue el alto uso de aplicaciones entre los fanáticos del fútbol. “Uso distintas aplicaciones para cada cosa, si quiero ver un resultado uso LiveScore, si quiero ver una estadística sobre un jugador uso SoccerWay y si quiero ver el valor de un futbolista uso Transfermarkt” (Pedro Gallo).

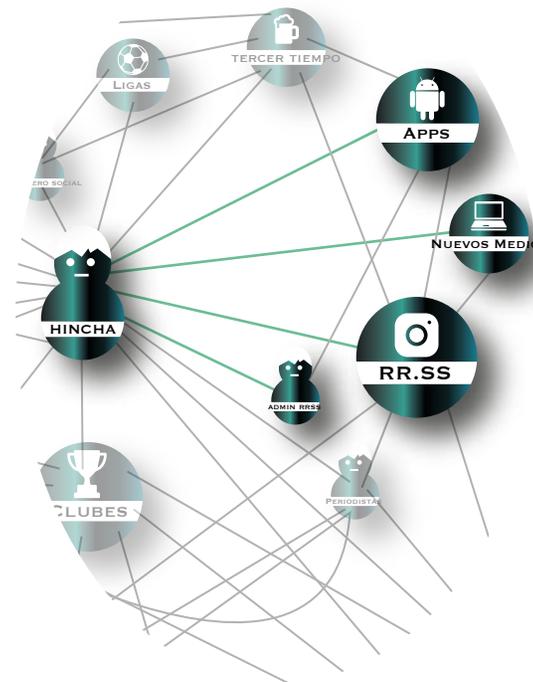
Existen distintos tipos de aplicaciones de fútbol dentro de las cuales se identificaron 6 grupos principales (hay aplicaciones que pertenecen a más de un grupo).

*a) Seguimiento en vivo:* Son las más comunes entre los hinchas futboleros, su principal función es notificar a sus usuarios cuando son los partidos y cuáles son los resultados.

Estas ofrecen opciones personalizables además de las estadísticas generales del partido (posesión, goles, tarjetas, asistencias). Algunos ejemplos son Onefootball, Forza y Live Score

*b) Mercado:* Se caracterizan por anunciar novedades con respecto al mercado de pases (la mayor parte del tiempo con rumores). Dentro de este tipo de aplicaciones es frecuente que se especule con los valores de mercado de cada jugador o club, ejemplos de este tipo aplicaciones son Transfermarkt o Cies Football Observatory.

*c) Noticias:* Este tipo de aplicaciones se caracterizan por anunciar noticias futbolísticas, parte de estas aplicaciones son los canales televisivos o páginas web periodísticas tradicionales como ESPN, Redgol, PrensaFutbol o TNT Sports.



## WEBS Y APPS FUTBOLERAS

---

*d) Juegos:* Estas aplicaciones tienen como principal objetivo el entretenimiento. Existen algunas que se han desarrollado de gran manera buscando competir con el mercado de los videojuegos de consola. Ejemplos de estas son Football Manager o Top Eleven. A su vez existen otras que han quedado completamente obsoletas, esto se debe a que los juegos de celular cada vez son menos usados como. Ejemplos de estas son New Star Soccer o Score Hero.

*e) Foros futboleros:* Se dan como contextos para desarrollar opiniones o temas de conversación libres, hoy se ven opacadas por las redes sociales, pero sin embargo estas plataformas tienen comunidades menos numerosas pero más activas. Algunos ejemplos de estas se dan en diversos clubes del fútbol europeo como la sección de fans del Blackburn Rovers (Inglaterra).

*f) Estadísticas complejas:* Las estadísticas como tal comenzaron en el mundial de Italia 90 donde en el entretiempo la FIFA siguió el ejemplo de la Liga Norteamericana de Fútbol y proporcionó informaciones estadísticas a los televidentes, más adelante se repitió en mayor escala en EE. UU. 94 (Law y Guest, 1997, como se citó en Soto et al., 2021).

Desde ese entonces estos datos numéricos se han quedado en el fútbol, por lo cual es un hecho que a la gente y a los analistas les interesan (lo que no significa que las compartan), ya que en cierta medida ofrecen cierto argumento a los resultados que se dan en el fútbol. Por esto es que hoy es frecuente en el fútbol encontrar tanto aplicaciones como sitios webs de estadísticas complejas y detalladas. Estas son plataformas que disponen de muchísimas variables y parámetros definidos. Dentro de

estos parámetros se encuentran variables mucho más específicas que la posesión o quien hizo un gol. Se mira con lupa cada factor de un partido de fútbol, desde la cantidad de veces que cierto jugador quito a una pelota, hasta la cantidad de tiros de esquina que tiene en promedio cierto equipo. Algunos ejemplos de estas aplicaciones y webs son Cies Football Observatory, InStat Sport, Stats Perform, WhoScored, Football Critic y Sofa Score. A día de hoy esta última está siendo muy divulgada y popular gracias a las calificaciones que otorgan a los futbolistas después de los partidos, estas en base a estadísticas.

Lo problemático resulta ser que en muchas ocasiones estas calificaciones no representan la opinión popular de los hinchas sobre el desempeño futbolístico.

## CASO VALVERDE

---

Un claro ejemplo de esta discrepancia entre hinchas futboleros y Sofa Score ocurrió en la final de la Supercopa de España en el año 2020. Se enfrentaban el Real Madrid y el Atlético de Madrid. Última jugada del encuentro y Federico Valverde (Real) decide evitar un gol de Morata (Atlético) golpeando con una patada a su rival, esto le costó la tarjeta roja.

Sin embargo, este acto tuvo por consecuencia que el Atlético no pudiera convertir en la última jugada. Esto forzó los lanzamientos penales donde el Real Madrid consiguió ganar el título. La sensación para los hinchas del Real Madrid fue que ganaron gracias a Valverde y a su gran decisión de golpear con una jugada antideportiva a su rival. Pareciera que muchas veces en el fútbol lo importante es ganar y no importa realmente como.



Recuperado de [https://cadenaser.com/ser/2020/01/12/deportes/1578864351\\_394795.html](https://cadenaser.com/ser/2020/01/12/deportes/1578864351_394795.html)

## CASO VALVERDE

---

Lo llamativo fue que para ese día Federico Valverde obtuvo un 6,9 /10 según SofaScore, siendo de esta forma uno de los jugadores peor evaluados en el Real Madrid. Claramente la plataforma estadística juzgó una expulsión como algo negativo, pero en este caso particular su expulsión ayudó a que su equipo ganara convirtiéndolo en héroe.

Incluso su propio entrenador Zinedine Zidane valoró la falta: "Es una falta grosera, pero había que hacerla en ese momento. Lo ha hecho bien" (El País ,2020, párr. 3).

Una de las personas entrevistadas para este proyecto mencionó que "Para algunas personas ellos son héroes, sobre todo si eres hincha del Real Madrid, pero para otras personas esto es antideportivo y no debería ser valorado" (Pedro Gallo). Además Pedro agregó que muchas veces estas

aplicaciones que son tan objetivas no pueden contabilizar otras cosas que son primordiales para los resultados que se dieron.

En base a este caso podemos concluir que siempre existirán discrepancias entre las valoraciones de los hinchas y las máquinas. Es por esto que surge la necesidad de democratizar las valoraciones, opiniones y memorias en el fútbol.



[Recuperación personal en Web SofaScore](#)



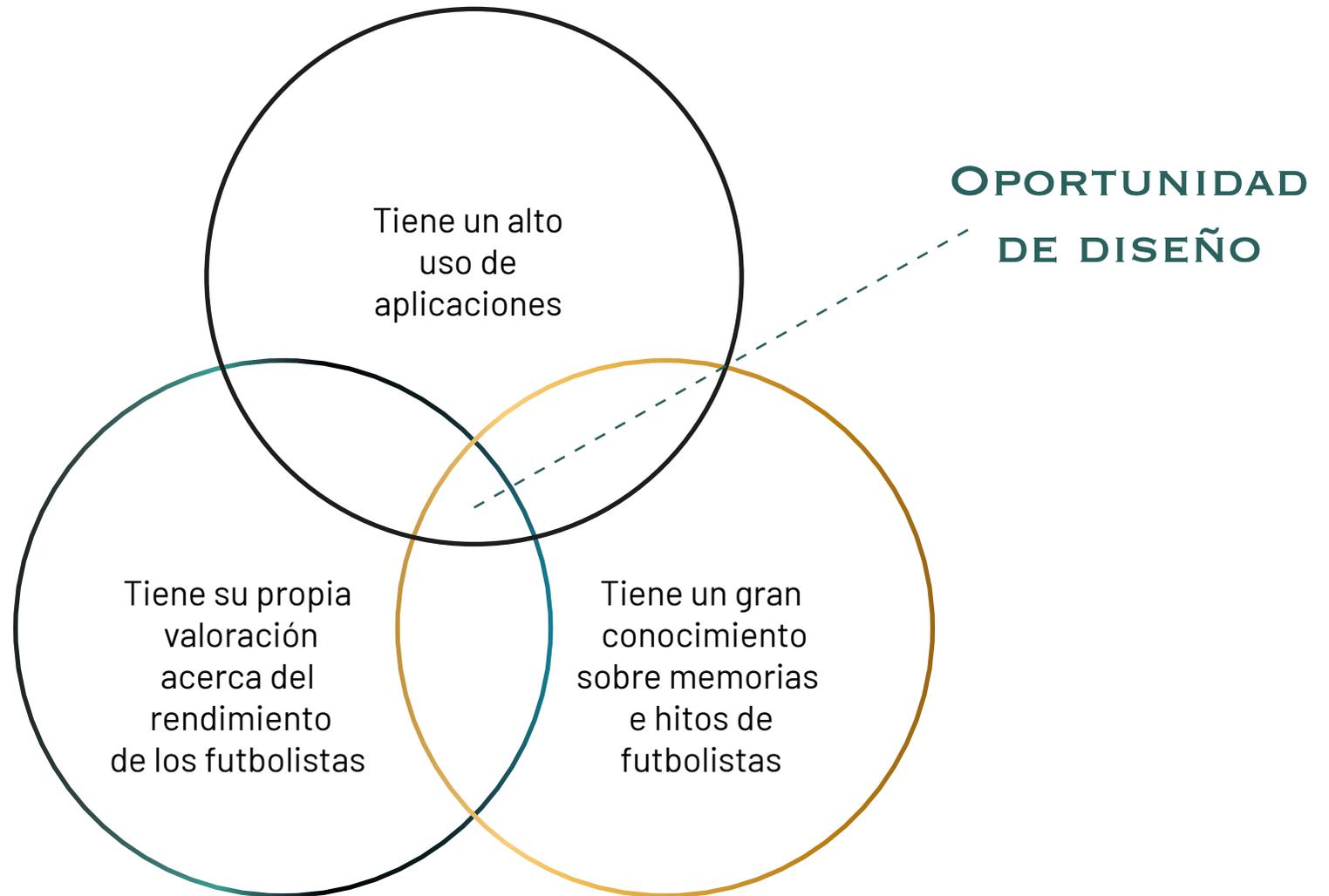
03.



# FORMULACIÓN DEL PROYECTO

# EL HINCHA FUTBOLERO...

---



# FORMULACIÓN DEL PROYECTO

---

## ¿Qué?

Una aplicación móvil en la que los usuarios pueden crear memorias y valorar futbolistas.

## ¿Por qué?

Hoy las plataformas existentes valoran en exceso las noticias o momentos actuales. A su vez, las valoraciones sobre futbolistas más divulgadas no resultan representativas.

## ¿Para qué?

Para abrir un espacio de participación a un público masivo que tiene un conocimiento impresionante el cual esta reprimido y limitado en plataformas actuales.

# OBJETIVOS

---

## Objetivo general

Disponibilizar un contexto de participación en que los hinchas puedan desarrollar memorias y valoraciones sobre los futbolistas, creando de esta forma una app que represente sus recuerdos y opiniones.

## Objetivos específicos

1. Representar los atributos del juego que los hinchas más valoran en los futbolistas, de forma en que se puedan calificar todo tipo de factores.

IOV: Realización de encuestas y entrevistas para conocer los factores que más inciden en la valoración del hinchas a un futbolista (pág.45).

2. Definir una propuesta estética atractiva y coherente para la aplicación Football Memories.

IOV: Se rediseñaron en 4 oportunidades las gráficas del prototipo final consultando en cada oportunidad con el profesor guía Gonzalo Morales (pág.47).

3. Propiciar la creación de memorias de una forma rápida, e intuitiva tanto para nuevos usuarios como para usuarios futboleros.

IOV: Se testeó a usuarios futboleros y no futboleros mediante un prototipo, con el fin de analizar si se entendía el funcionamiento de las memorias, su creación y posterior seguimiento (pág.56)

4. Proyectar la creación de una propuesta viable, escalable y aplicable a un mercado futbolístico real.

IOV: Se consultó la viabilidad en cuanto a financiamiento de la propuesta final con desarrolladores web y se estudió el mercado de las apps futboleras (pág.93).

## PATRÓN DE VALOR

---

Este proyecto propone potenciar el intercambio de conocimientos entre usuarios. Esto se da por medio de la disponibilidad de memorias, opiniones y valoraciones de los hinchas sobre los futbolistas. De esta forma se podrá generar información y opinión colectiva disponible para todo el que desconozca a algún jugador o para algún aficionado que quiera conocer nuevas historias.

El proyecto tiene una potencia tremenda, resulta que se ha dicho reiteradamente que el hincha futbolero posee un gran conocimiento, pero ¿a qué nos referimos realmente con esto?.

El hincha futbolero conoce mucho de fútbol, solamente que el mismo no se lo cuestiona ni lo dimensiona. Para efectos de este proyecto se realizó una encuesta a 20 hinchas futboleros, en estas se mencionaron 30 futbolistas distintos. Puede resultar llamativo para alguien no fanático que todos conocían a cada uno de los 30 futbolistas. Más llamativo puede ser que conocían además, en que clubes jugaron, sus nacionalidades, sus posiciones, y sus características de juego. En mi caso que he visto fútbol toda mi vida puedo decir con certeza que ese conocimiento es mayor aún, ya que por lo general los hinchas recuerdan cientos de jugadores y las historias que los rodean. Lo increíble es que a día de hoy ese conocimiento no se esté compartiendo activamente.

Dicho lo anterior, lo que hace de Football Memories un proyecto único es que por primera vez ese conocimiento será clasificado y dispuesto de una forma consultable en el tiempo. De esta manera se tendrá una plataforma que finalmente pueda representar la opinión popular de los hinchas, poniendo en valor la subjetividad de cada uno por sobre las estadísticas o algunas voces principales.

## USUARIO

---

El proyecto estará dirigido especialmente a los hinchas futboleros de entre 15 y 30 años que ven fútbol con regularidad y participan pasiva pero masivamente en redes sociales. Se buscará que estos encuentren un espacio donde se vean incentivados a participar en un contexto donde se les valore y se puedan sentir seguros.

Además la plataforma tiene por objetivo atraer a más personas para generar y compartir conocimiento. Es por esto que el interesado en el fútbol será el usuario a captar, con este me refiero a una persona de entre 15 y 30 años la cual se interese en menor medida por el fútbol, pero que a veces siente la necesidad de conocer más acerca de algún futbolista. Es vital que este usuario se pueda adaptar de buena forma a la plataforma e interactuar positivamente con los ya considerados fanáticos.

## CONTEXTO

---

El proyecto se sitúa en el contexto de redes sociales. Esto se debe a que es en este lugar masivo donde hoy los futboleros buscan un espacio de participación. Sin embargo, les resulta poco provechoso y en general adoptan una posición pasiva.

Es justamente por esto que el proyecto tiene que captar a los fanáticos en este lugar, promoviendo desde las redes sociales la aplicación. De esta forma los usuarios captados pasarán a un nuevo contexto , el de la aplicación football memories, donde se verán expuestos a convivir de una nueva forma.



04.



## ESTADO DEL ARTE

# ANTECEDENTES MEMORIAS

## Football history (web)

Football history es una página web en la cual existe gran documentación acerca de la historia del fútbol. A su vez se puede buscar información general acerca de cada jugador, quien fue, por que se le conoce y sus trofeos. A pesar de que creo que es una gran plataforma, no deja de ser algo parecido a Wikipedia, su información resulta demasiado general y pocas novedades se pueden encontrar. Creo que en vistas del proyecto football memories, es necesario hacer algo menos estático y en que la gente pueda participar libremente creando recuerdos que no esperemos o desconocemos en un inicio.

## Replay Sporting Memories (app)

Una aplicación en la cual la gente tiene la libertad para redactar memorias acerca de los deportes. Se pueden adjuntar fotos , videos y audios. El proyecto está enfocado en contribuir con personas de edad que sufren de demencia y depresión. A diferencia de este proyecto el enfoque de Football Memories pretende estar focalizado en los futbolistas profesionales y en las memorias que dejan en los hinchas.



The screenshot shows the profile page for Arjen Robben on the website FootballHistory.org. The page features a navigation bar with tabs for Tournaments, Leagues, Clubs, National, Players, and Quiz. A central image shows Robben in a white Real Madrid kit with the number 7. To the right of the image is a 'Basic facts' section with a list of players to compare, including George Best, Zbigniew Boniek, Bobby Charlton, Johan Cruyff, Alfredo Di Stefano, Eusebio, Luis Figo, Garrincha, Steven Gerrard, George Hagi, Ruud Gullit, Thierry Henry, Michael Laudrup, Diego Maradona, Gerd Müller, Pelé, Michel Platini, Juan Román Riquelme, Rivellino, and Arjen Robben. Below the image is a 'Biography' section with the text: 'The man of glass. Arjen Robben was born 23 January 1984, in Bedum, located in the northeastern Netherlands. His professional career started when he was signed by the club FC Groningen. He was by that time a part of the Netherlands youth team and he would make his first match for the Netherlands senior football.'

Recuperado de <https://www.footballhistory.org/>

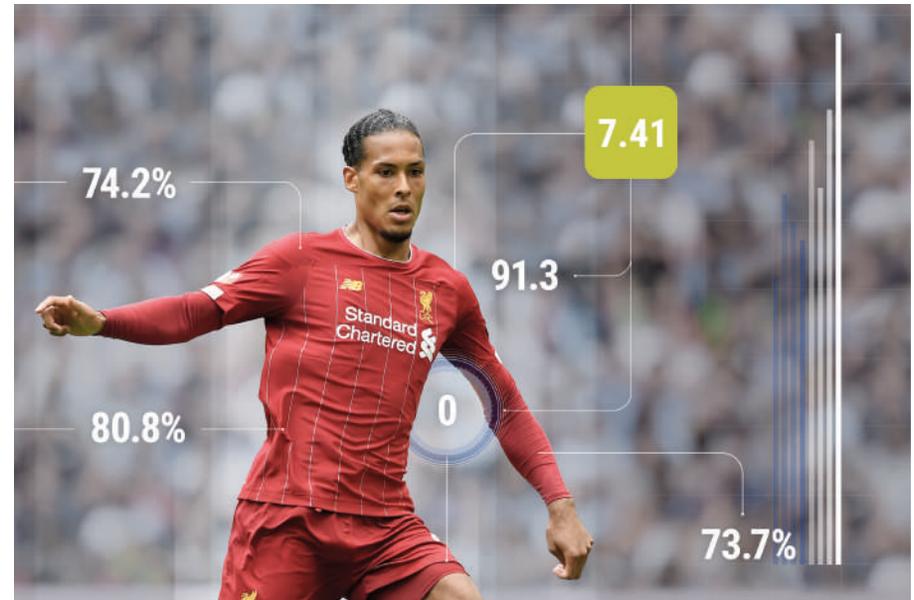
## ANTECEDENTES VALORACIÓN

### *SofaScore (2014)*

Es una aplicación que funciona como una herramienta analítica para los seguidores del fútbol. Su proveedor es Stats Perform (uno de los proveedores de datos deportivos más grandes del mundo) y lo que hace la aplicación es generar una visualización de los más de 1500 eventos estadísticos que este provee. En cada partido se puede visualizar la nota en vivo del 1 al 10 que tiene cada jugador, rara vez las notas bajan de 6, el promedio de evaluación por jugador es 6,86 (Conde, 2021, párr. 10). Estas notas especifican datos como posesiones perdidas, balones recuperados, regates completados, goles, asistencias, etc. SofaScore en este contexto es un antecedente el cual se contrapone a lo que se busca en este proyecto, ya que muchas de estas evaluaciones en oportunidades contradicen la opinión del hincha quien valora de forma mucho más pasional el actuar de los futbolistas.

### *We Rate Players*

Actualmente existen distintos juegos deportivos de EA Sports. Estos juegos destacan por dar media o ratings a los jugadores de cada disciplina. Por lo general son bastante controversiales, por lo que la gente no se encuentra de acuerdo con las medias otorgadas a cada jugador. We Rate Players es una plataforma web en la que sus usuarios pueden manifestar su opinión y el cómo creen que deberían ser calificados esos jugadores. Valoro este referente en base a que genera estadísticas en base a las votaciones de los fanáticos, pero no queda en más que un número, ya que su participación resulta bastante limitada por la plataforma.



Recuperado de <https://www.sofascore.com/news/sofascore-player-ratings/>

## REFERENTES GRÁFICOS

---

### *Cartas NBA*

En Estados Unidos se ha creado una cultura muy fuerte de colección de cartas. Los fanáticos desarrollan un gran fanatismo y apego por estas, queriendo tener así los distintos estilos y tipos de cartas que existen en el mercado. Esto en ocasiones los hace pagar e intercambiar cartas a precios altísimos. Para mi proyecto muchas de las gráficas y estilos que se ocupan en las cartas de colección de la NBA me inspiraron a realizar una dinámica parecida dentro de Football Memories.

### *Estadios que hablan (Instagram)*

En Instagram se pueden encontrar distintos autores que realizan contenido en relación al fútbol. Uno de los que siempre me ha llamado la atención es la cuenta Estadios Que Hablan FC, donde se realiza un gran tratamiento en las imágenes a través de la edición. Esta página en particular resulta ser un gran referente para mi proyecto ya que en Football Memories se busca dar una identidad personal en las imágenes a través de la edición.



Recuperado de <https://www.ebay.com/itm/284415249701>

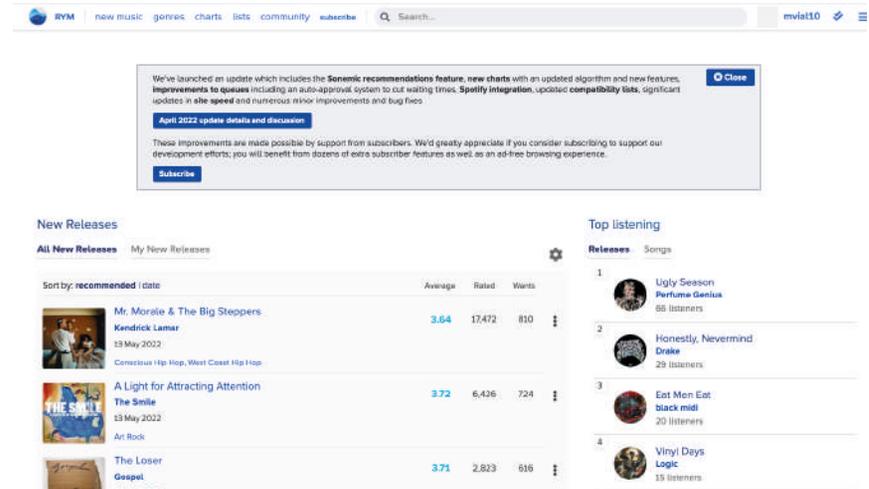
## REFERENTES WEB/APPS

### *Rate your Music (2000)*

Es una base de datos en red que tiene como fin que sus usuarios califiquen álbumes musicales con notas que van desde 1 a 5 estrellas, esta plataforma pondera las evaluaciones de todos los usuarios dándole un mayor peso a los que participan más en la web. Otro aspecto para recalcar es que el valor de la nota que tiene el álbum se ve condicionada por la cantidad de usuarios que lo evaluaron. Rescato mucho de este referente el hecho de que se da como un espacio de valoración subjetiva para los fanáticos de la música, donde a través de todas las evaluaciones se obtiene una ponderación que logra ser una muestra fidedigna de la opinión popular. Además, ofrece la posibilidad de escribir acerca del álbum o hacer "reviews" lo que deja más que cubierto el motivo por el cual cierto artista o álbum está evaluado de cierta forma.

### *Letterboxd*

Es una web/app en la cual se pueden calificar películas y series. Es muy útil para buscar entretenimiento ya que existe una calificación general de cada película existente. Además de esto las calificaciones representan la opinión popular/-subjetiva del público por lo cual resulta un parámetro bastante democrático para poder estar seguro si una película es valorada o no por el público. Esta plataforma resulta inspiradora al igual que Rate Your Music en el sentido de que Football Memories quiere formar una base sólida de conocimiento y opinión colectiva en la cual podamos conocer cómo valoran los hinchas a ciertos futbolistas.



The screenshot shows the Rate Your Music (RYM) website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'new music', 'genres', 'charts', 'lists', 'community', and 'subscribe'. A search bar is also present. A prominent blue notification box at the top center contains text about a 'April 2022 update' and a 'Subscribe' button. Below the notification, the 'New Releases' section is visible, featuring a table of new albums. The table has columns for 'Average', 'Rated', and 'Wants'. The first three entries are:

Album	Average	Rated	Wants
Mr. Morale & The Big Steppers Kendrick Lamar 13 May 2022 Conscious Hip Hop, West Coast Hip Hop	3.64	17,472	810
A Light for Attracting Attention The Smile 13 May 2022 Art Rock	3.72	6,436	724
The Loser Gospel 13 May 2022	3.71	2,823	616

To the right of the table is the 'Top listening' section, which lists the top 4 albums by listener count:

- Ugly Season  
Perfume Genius  
88 listeners
- Honestly, Nevermind  
Drake  
29 listeners
- East Men Eat  
black midi  
20 listeners
- Vinyl Days  
Logic  
19 listeners

Recuperado de <https://rateyourmusic.com/>

## REFERENTES REDES SOCIALES

---

### *Balong MDTP (2006)*

Un canal de YouTube futbolero el cual es dirigido por el famoso periodista deportivo chileno Manuel De Tezanos Pinto, destaca por su humor, creación de contenido y podcasts futboleros. Este canal es un gran referente ya que tiene la tendencia a generar videos bastante originales que toman aspectos originales que valoran los hinchas del fútbol. Con esto me refiero a héroes impensados, jugadores que se sacrificaron por sus equipos, cracks rústicos (no tan talentosos) o grandes villanos del fútbol. Estos videos toman la memorias y episodios inolvidables que han sido inmortalizados por los hinchas. Parte de esto se intentará lograr en la plataforma de Football Memories.

### *Dit Sports*

Medio deportivo el cual a través de publicaciones en Instagram interactúa con miles de hinchas futboleros chilenos. Este medio deportivo en el cual realice mi práctica profesional como diseñador resulta un gran referente. Esto lo creo debido a que dentro de su rol informativo no solo se centran en momentos actuales. En ocasiones se busca recordar situaciones memorables o historias épicas del fútbol. Esto lo realizan subiendo equipos históricos o recuerdos que los hinchas suelen valorar.



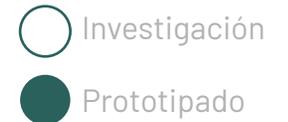
Recuperado de [https://www.youtube.com/results?search\\_query=jugadores+de+campo](https://www.youtube.com/results?search_query=jugadores+de+campo)

05.

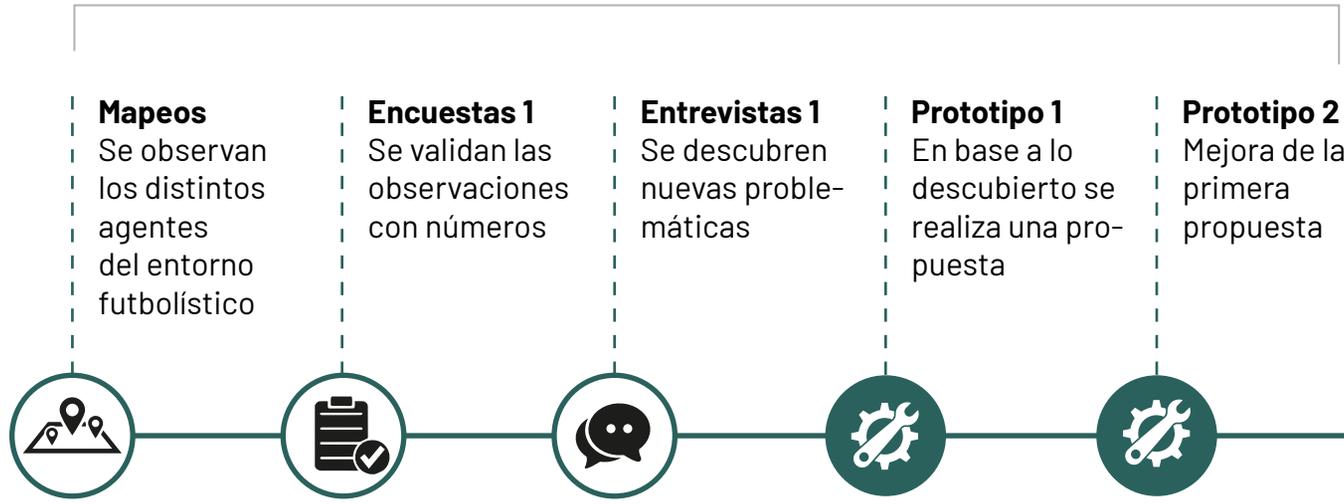


# METODOLOGÍA Y PROCESOS

# METODOLOGÍA Y PROCESOS



Segundo semestre, Seminario 2021



Primer semestre, Título 2022

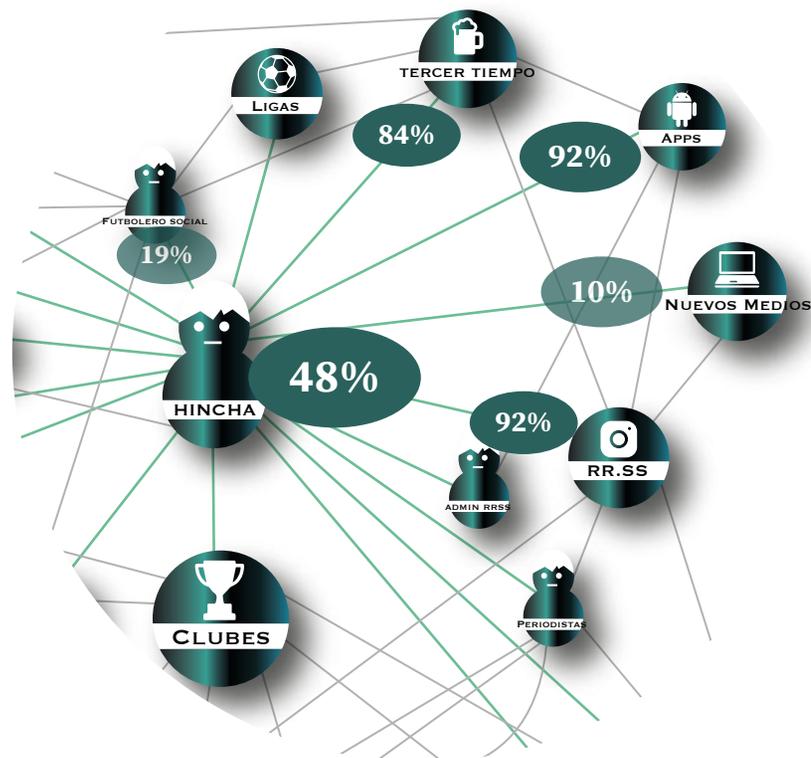


# ETAPA INVESTIGACIÓN



## ETAPA MAPEOS Y ENCUESTAS

Como se mencionó en el ítem “El entorno del fútbol” (pág. 12), para este proyecto se realizaron inicialmente varios mapeos. De esta forma, se pudo visualizar mejor el ecosistema y los distintos agentes que están involucrados en el fútbol. Esta primera etapa investigativa resultó ser muy importante para entender que el eje principal de interacciones es el hincha futbolero. Para validar los distintos mapas que se realizaron, se hicieron varias encuestas mixtas, las cuales variaron entre 8 y 62 personas muestreadas. Las personas encuestadas tenían una edad de entre 15 a 30 años. Los resultados lograron cuantificar la importancia de los distintos agentes del mapa con porcentajes. A su vez se obtuvieron distintas problemáticas. Una de las más importantes fue que por lo general los usuarios en redes sociales son pasivos.



## ETAPA ENTREVISTAS 1

---

Posterior a la etapa de mapeos y encuestas, se quiso profundizar en el hincha futbolero y en sus interacciones. Para este propósito se realizaron distintas entrevistas. Dentro de estas la que más luces arrojó para mi proyecto fue la realizada con Pedro Gallo.

Pedro realizó un diplomado de gestión y especialización en fútbol en la Universidad de los Andes. Además se considera un hincha totalmente apasionado por el deporte, comúnmente viaja a ver a su equipo y no se pierde ningún partido.

La entrevista consistió en mostrarle los mapeos y encuestas que había realizado y que opinaba de los resultados. Lo más llamativo de la entrevista se comenzó a dilucidar cuando llegamos al tema de las aplicaciones de fútbol. Pedro comenzó a comentarme que él ocupaba varias aplica-

ciones de fútbol. Al comenzar a hablar específicamente de las aplicaciones estadísticas y su objetividad. Surgió el tema de la discrepancia con las calificaciones.

“Muchas veces esas aplicaciones no saben valorar a algunos jugadores, por ejemplo Roberto Firmino en el Liverpool, es un delantero que no hace muchos goles , ni pases gol, pero siempre está al medio bien ubicado, te da una jugada o un foul, es un problema de marcar para los defensas, para mi es un delantero espectacular y debería ser mejor valorado.”

Este problema se habló durante toda la entrevista con más ejemplos como el caso Valverde (pág. 23). De esta forma esta entrevista en particular me hizo visualizar la importancia que podría tener para el proyecto desarrollar un sistema de calificaciones

en el que los hinchas puedan dar su opinión y calificar. Aquí es cuando la entrevista con Pedro Gallo se convierte en una pieza clave del proyecto Football Memories.

## ETAPA ENTREVISTAS 2

---

En esta etapa se consideró relevante descubrir los factores que inciden en la valoración de los hinchas a los jugadores. Para esto se entrevistó a 4 hinchas futboleros de entre 15 a 30 años. Entre ellos Santiago Aravena, Diego Espinosa, Sergio Pinedo y Matías Martínez (periodista deportivo profesional).

La metodología consistió en que se dispusieron 15 casos, en cada uno se deben comparar 2 futbolistas de distintas posiciones. Un ejemplo de esto podría ser Matías Fernández (mediocampista) contra Gary Medel (defensa), esto resulta importante para que no solo los comparen según su posición. La pregunta realizada fue *¿De qué jugador eres más fan?*, el objetivo de esta pregunta era que no necesariamente me contestaran comparando su talento, sino que entrarán en juego otros factores. Sin lugar a dudas, estas entrevistas me

abrieron los ojos a distintos factores y a su importancia. En primer lugar lo que siempre predominaba en la preferencias fue su rendimiento deportivo y talento. Cuando este factor se sentía más o menos igualado, se terminaban decantando por otros factores. Dentro de esos factores se descubrieron la importancia del ser aguerrido (jugador que corre mucho y da la vida en la cancha), la gran importancia de la personalidad del jugador. A su vez otros factores resultaron menos determinantes en las elecciones, pero también fueron mencionadas características como la trayectoria, la lealtad, la disciplina y su historia de vida.

“Arturo Vidal es tremendo, verlo tirarse al suelo, tener esa garra, creo que nadie más la tiene”

*Santiago Aravena (entrevistado)*



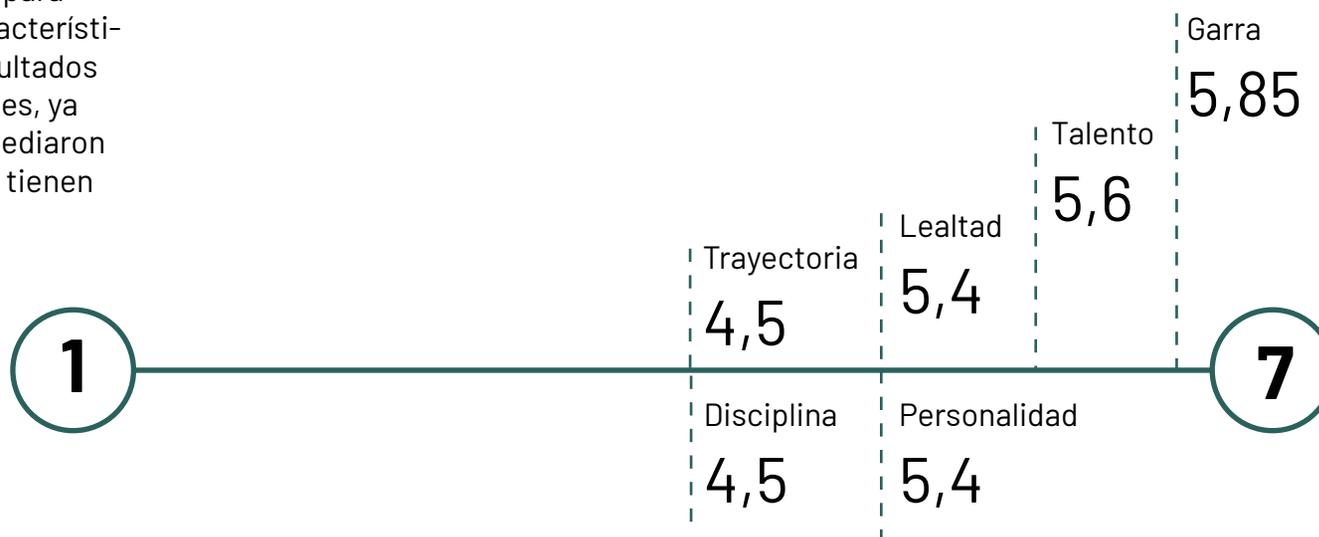
Entrevista con Matías Martínez

## ETAPA ENCUESTAS 2

Luego de las entrevistas se obtuvieron distintos conceptos. Como forma de determinar cuáles son más relevantes a la hora de valorar, se realizó otra encuesta. La metodología consistió en 20 hinchas futboleros de entre 15 y 30 años. En estas encuestas se preguntó específicamente por los 6 factores más mencionados en las entrevistas (talento, garra, personalidad, lealtad, disciplina, trayectoria), y cómo evalúan su importancia y presencia en un futbolista del 1 al 7. Las 20 valoraciones obtenidas por cada factor se promediaron para visualizar cuáles son las características más relevantes. Los resultados obtenidos fueron interesantes, ya que todos los factores promediaron sobre 4,5 por lo cual los 6 se tienen

considerar para Football Memories. A su vez en la pregunta encuestada ¿que otro factor crees que falta? se mencionó con mucho énfasis el estilo de juego la magia y la creatividad. Además se reiteró la importancia de la superación de vida, de pasar de un estrato muy bajo a cumplir su sueño.

¿Que tanto influye en tu fanatismo la \_\_\_\_\_ que tenga un futbolista?

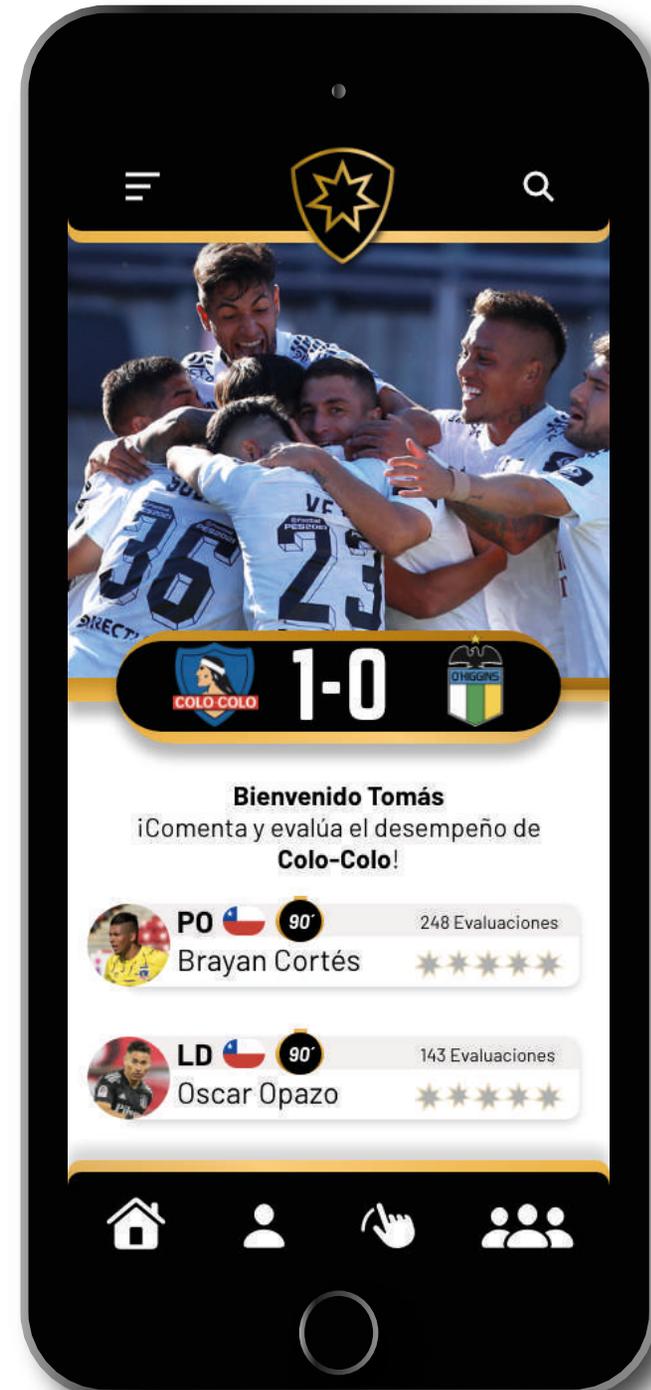


# ETAPA DE PROTOTIPADOS

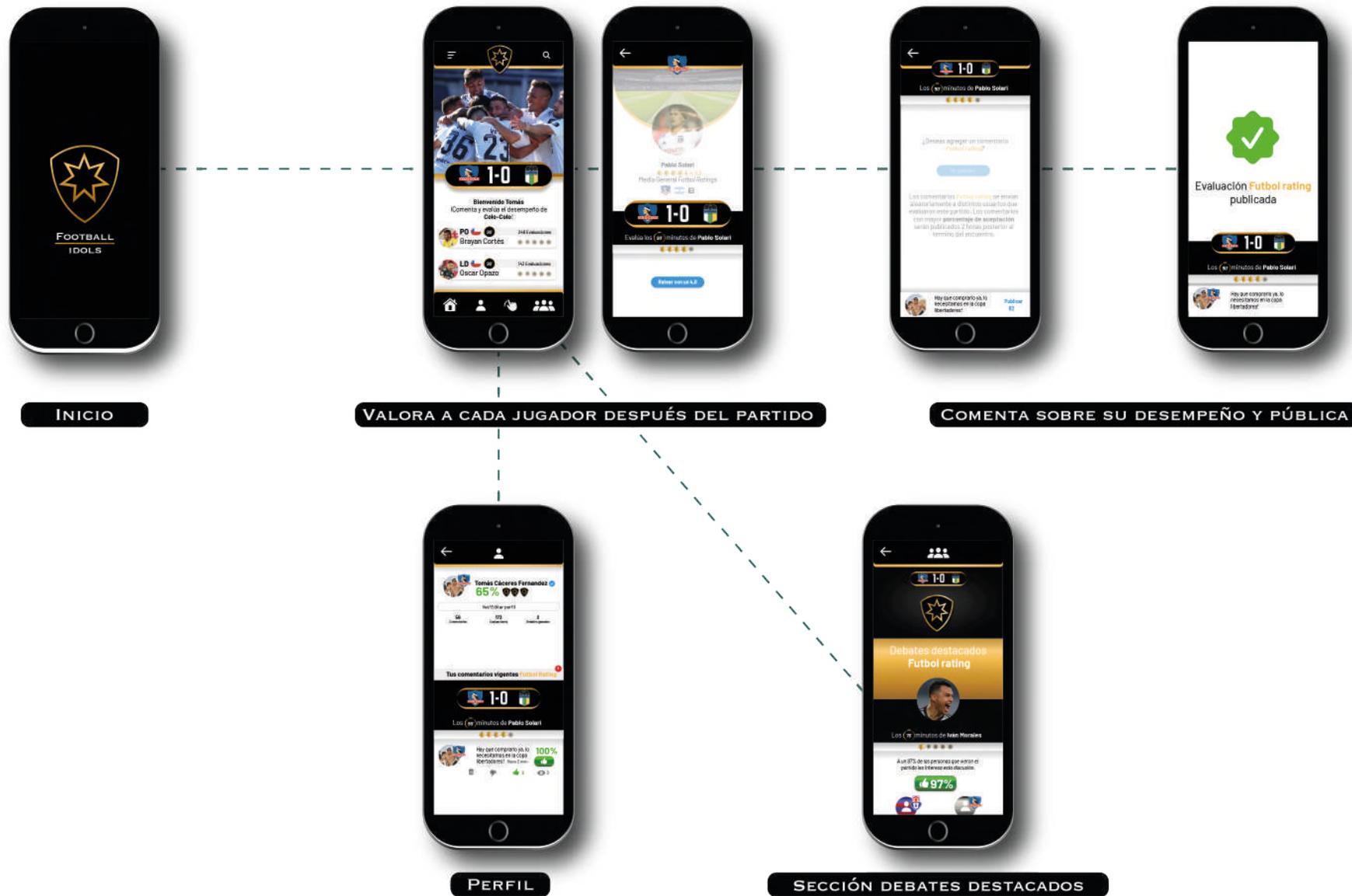


# PROTOTIPO 1

El primer prototipo del proyecto se realizó en la plataforma de prototipado de aplicaciones Adobe XD . A diferencia de los prototipos posteriores este se enfocó en la evaluación del rendimiento de los futbolistas en cada partido específico. Además contenía una sección de comentarios y debates entre las personas. Finalmente este prototipo terminó cambiando mucho ya que se decidió por comenzar a evaluar a los futbolistas genéricamente en lugar de en cada momento específico. La idea de las memorias fue desarrollada posteriormente.



# PROTOTIPO 1 FUNCIONAMIENTO



## PROTOTIPO 2

El segundo prototipo realizado en Adobe XD consistió en una aplicación centrada en la valoración de los futbolistas de forma simple. Se buscaba un jugador y se calificaba según la percepción de los hinchas del 1 al 5. En este prototipo los usuarios poseían un equipo de identificación y así se conocía como valoraban los hinchas de cada equipo a cada jugador. A su vez se podían incorporar memorias escritas en las biografías de los futbolistas, pero más que nada el foco estaba puesto en las valoraciones.

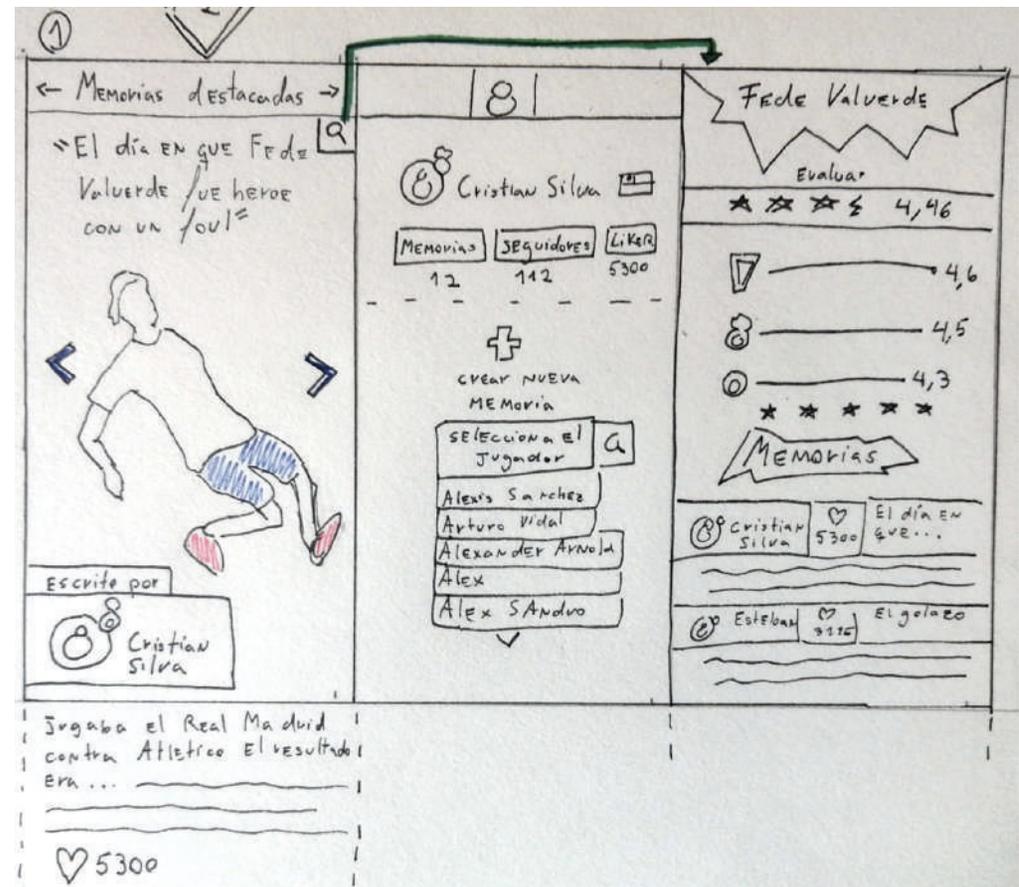




# SESIÓN MOCKUPS Y PROTOTIPOS

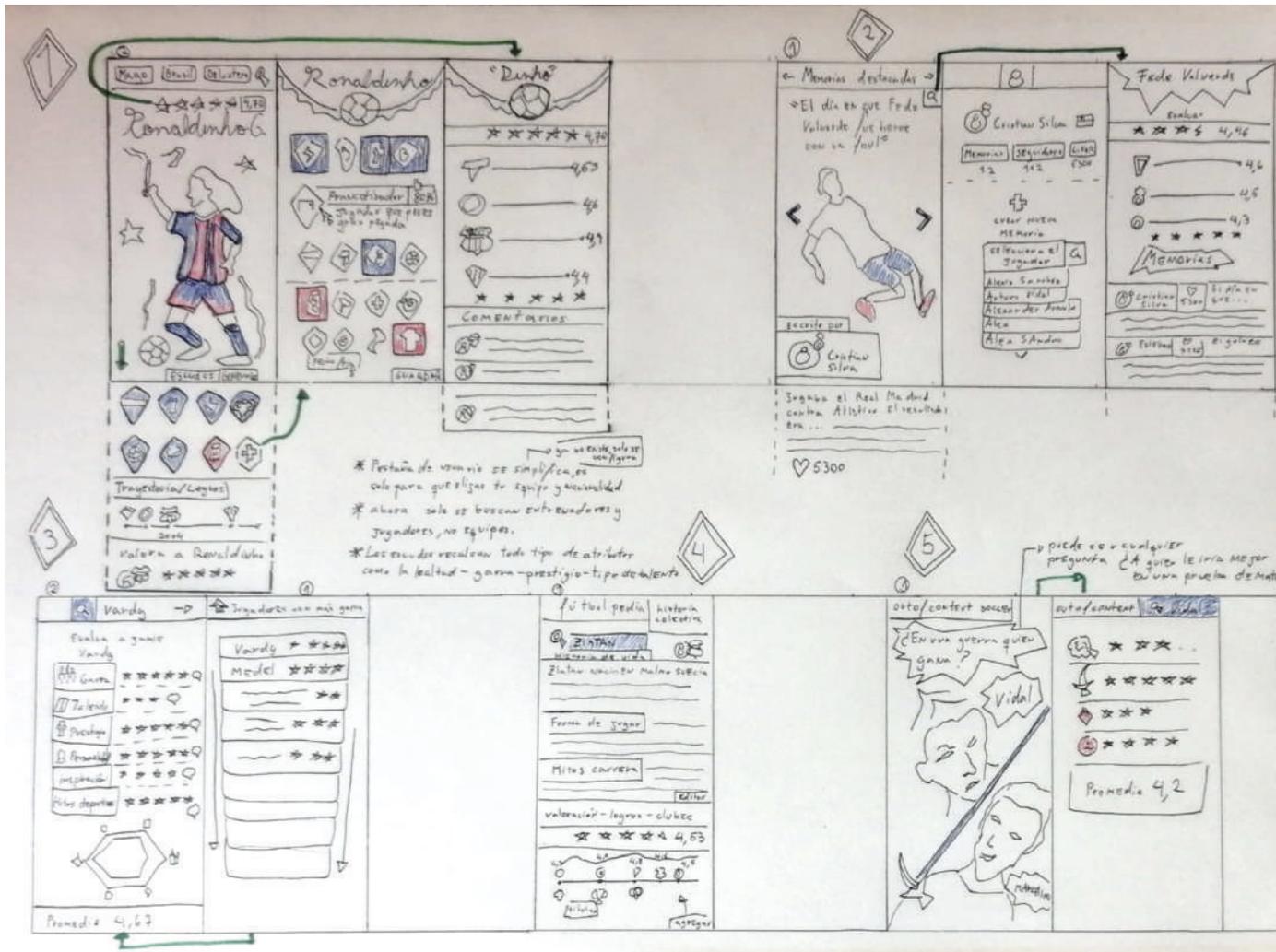
Se hizo una sesión de prototipado y corrección en papel. Esta fue colaborativa con mi profesor guía Gonzalo Morales. La finalidad de esta actividad fue realizar varias ideas y poder visualizarlas de forma rápida, de esta forma se eligieron las mejores ideas para ser desarrolladas en el próximo prototipo.

La actividad fue muy provechosa y con Gonzalo coincidimos en que existía un gran valor en recalcar las memorias con mayor protagonismo. Además de eso se comenzó a idear un formato gráfico cercano a las cartas y álbumes. Fue aquí que surgió por primera vez la idea de tener escudos que representen los atributos de los futbolistas. Estas ideas se desarrollarían posteriormente en el prototipo 3.



Elaboración de mock ups junto a Gonzalo Morales

# 5 IDEAS RÁPIDAS



Elaboración de mock ups junto a Gonzalo Morales

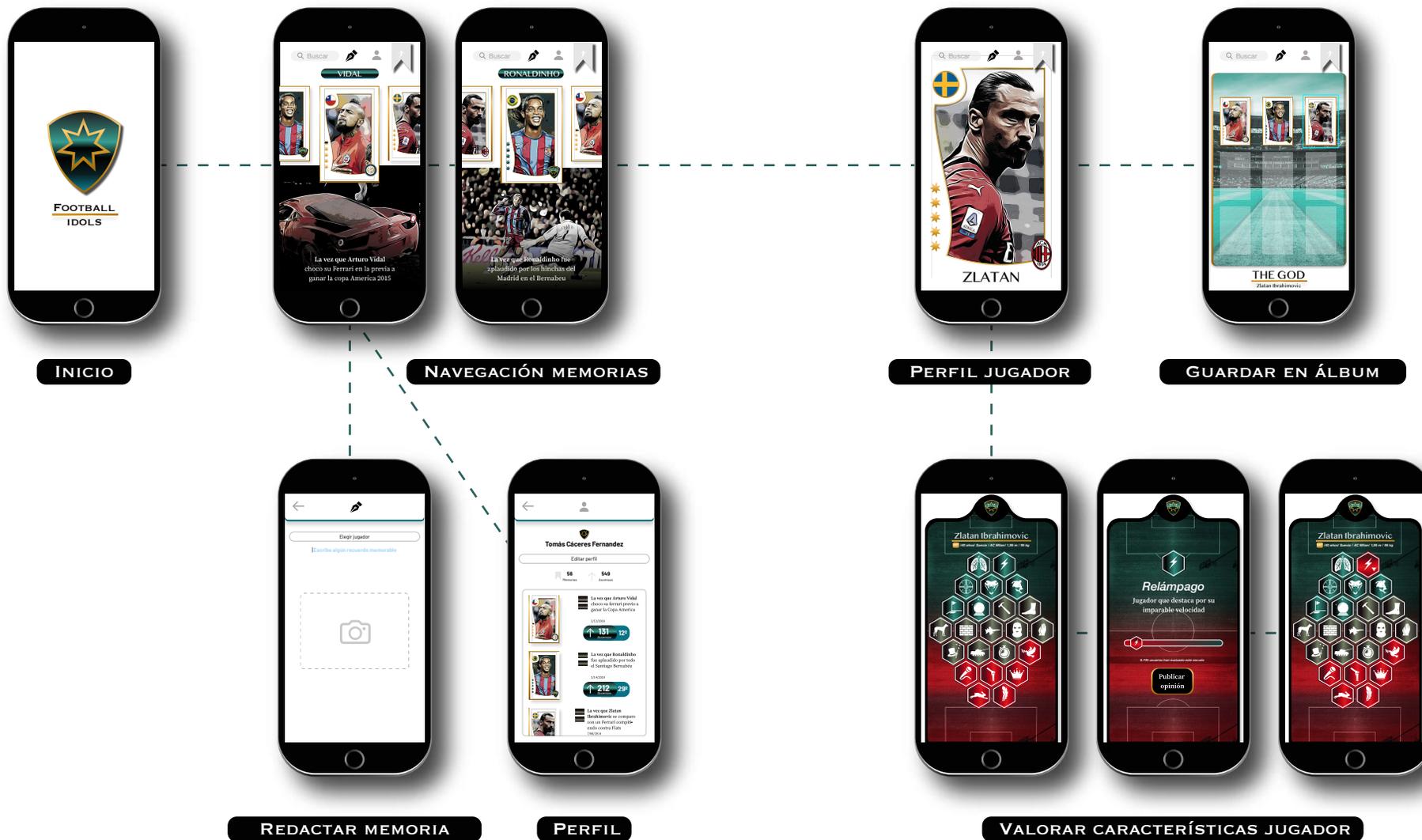
## PROTOTIPO 3

---

Al realizar el tercer prototipo en la aplicación Adobe XD se consideraron nuevos factores. Dentro de las primeras cosas que se determinaron fue dar mayor énfasis en las memorias, que son el foco del proyecto. Además se intentó generar una gráfica más identitaria que la anterior inspirada en los álbumes. Parte importante de este nuevo prototipo es que se podía navegar en las memorias de cada futbolista, y además se incluirían 23 atributos de valoración en cada jugador. Estos atributos se inspiraron en las características que más valoraban los hinchas de los futbolistas (pág.46).



# PROTOTIPO 3 FUNCIONAMIENTO



06.



**VALIDACIÓN Y TESTEO  
PREVIO AL PRODUCTO**

## DESCRIPCIÓN TESTEO

---

Se testeó el prototipo 3 con distintos usuarios tanto futboleros como no futboleros. La metodología consistió en la visualización de la aplicación mientras se les explicaba el funcionamiento de Football Memories. Al final de la presentación se realizaron distintas preguntas.

1. ¿Qué les parece la idea?
2. ¿Qué les parece la gráfica?
3. ¿Qué les parece el funcionamiento?
4. ¿Qué no entienden?
5. ¿Qué se puede mejorar?
6. ¿La usarías? ¿De qué forma?

## CONCLUSIONES TESTEO

---

1. Al finalizar los testeos me pareció que a la mayoría le quedó bien clara la idea lo que fue muy positivo.

2. En cuanto a los temas gráficos, les pareció atractivo pero un poco tosco y recto, por lo que se veía poco moderno. A su vez, a algunos les costó entender en primera instancia la gráfica de atributos calificables.

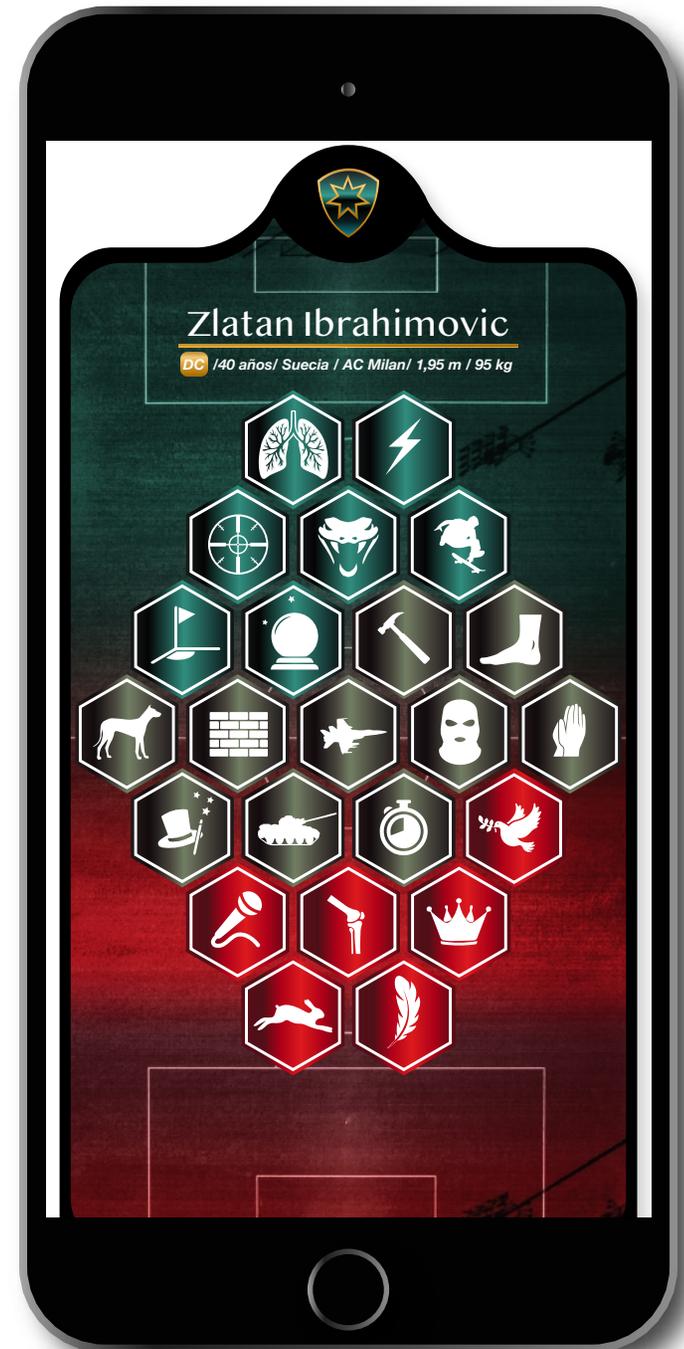
3. El funcionamiento les pareció correcto en términos generales, pero se sugirió que las memorias se desplazarán de manera más rápida e intuitiva, como en Instagram o Tik Tok, navegando rápidamente.

4. No se entendía mucho como se creaba una memoria, ni que pasaba con esta una vez que se enviaba.

5. Para mejorar, se sugirió un ranking que mostrará los mejores jugadores dentro de cada atributo o escudo en la plataforma.

6. Se mostraron interesados en usarla, sobre todo para revisar memorias. Hicieron especial énfasis en que ahí estaba el valor del proyecto.

Todas estas observaciones se utilizaron para corregir el prototipo y así convertirlo en un producto final.



07.



# GRÁFICAS FINALES

## DIAGRAMACIÓN

Se buscó a través de la diagramación que las imágenes fueran el eje central de la app. De esta forma se disponen en gran parte de la pantalla dejando a los costados iconos e información relevante, siempre con barra de navegación arriba.



4º

↑ 375



2020



**Un foul que generó la ovación  
para Fede Valverde tras  
irse expulsado**

*Por Cristián González 7/04/2021*

Ver más

FM/ 60

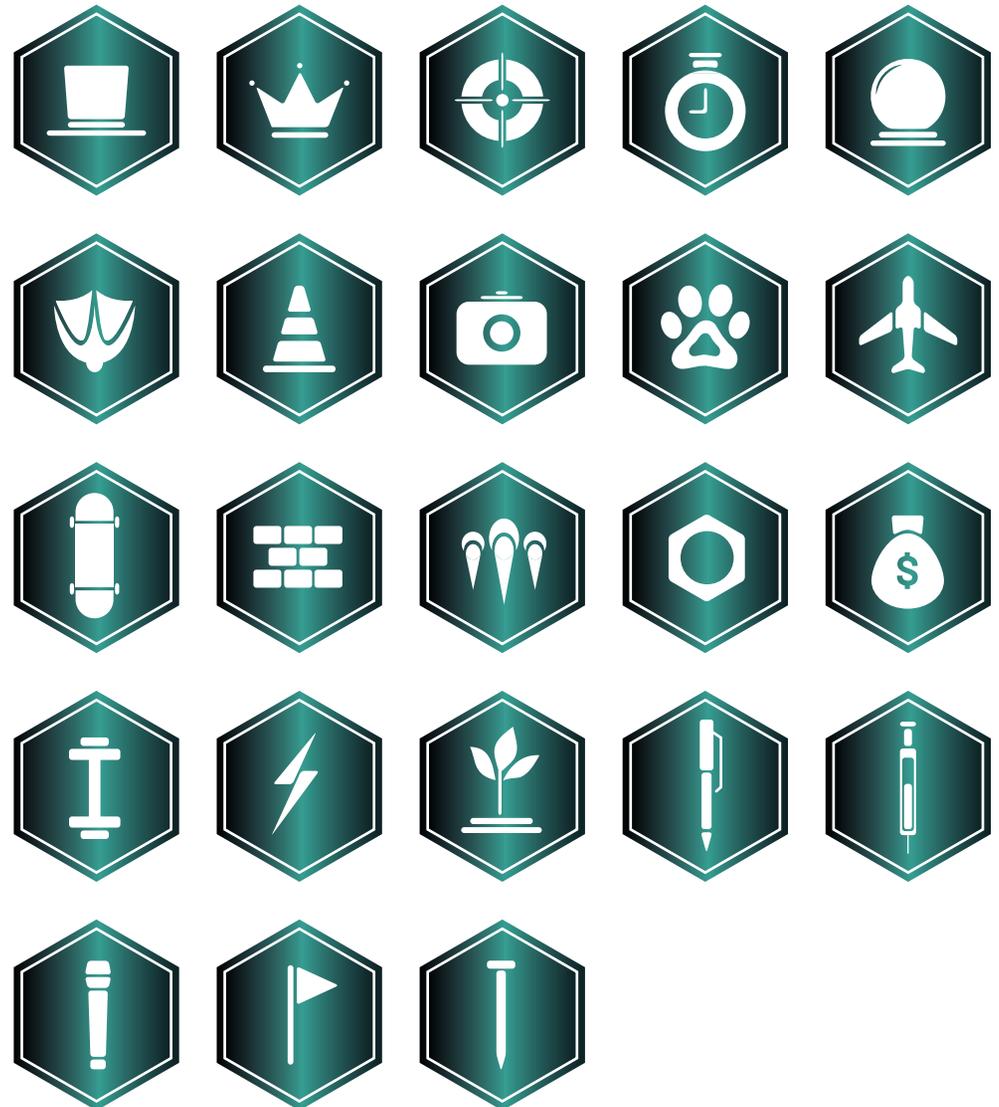
# ICONOS

---

Para el proyecto se creó un sistema de 23 iconos que representan los atributos más relevantes para los hinchas según lo investigado. Se buscó un lenguaje simple por medio del redondeo de vértices y la inclusión de pocos elementos.

Los 23 atributos son los siguientes: Mago, prestigioso, francotirador, disciplinado, vidente, ambidiestro, ágil, admirado, leal, aéreo, acrobático, muralla, garra ,de fierro, ladrón, fuerte, relámpago, pacífico, inspirador, vacunador, carismático, especialista y constructor.

Cada uno de estos atributos tiene un carácter positivo. Y dentro de la aplicación cada una se encuentra definida. Por ejemplo el escudo de ladrón significa alguien que roba muchos balones en un partido.



## LOGOTIPO

El logotipo de Football Memories consiste en una forma tradicional de escudo futbolero y en una estrella de 7 puntas. Las estrellas en el fútbol son comunes, suelen simbolizar títulos ganados. Para que el escudo fuera más auténtico en su identidad gráfica se resolvió con una estrella poco tradicional. A su vez esa estrella se utiliza reiteradamente en la aplicación para calificar futbolistas.

El logo es bastante simple y funciona, sus colores han ido cambiando a medida que la identidad gráfica del prototipo ha hecho lo propio. A su vez este es un logotipo que idealmente se debería acompañar con el nombre de la plataforma Football Memories o un fondo futbolero. De esta forma se entiende de qué se trata en un determinado contexto.



# TIPOGRAFÍA

---

Se ocupan 2 tipografías en la aplicación, Copperplate para títulos, y Barlow en su variante bold y regular para subtítulos y cuerpo de texto respectivamente.

**COPPERPLATE REGULAR / TÍTULOS**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

**Barlow bold / Subtítulos**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Barlow regular / Cuerpo de texto  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

# PALETA DE COLORES

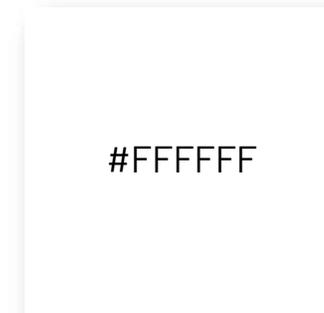
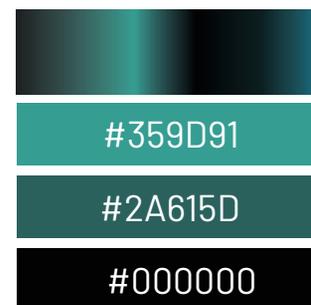
---

La paleta de colores escogida se centra en una mezcla entre el verde y el azul oscuro, un color petróleo se podría decir. Este color con su degradé compuesto por 3 colores se juntan con el blanco para formar una identidad principal.

En cuanto a los colores secundarios se utilizan de distintas formas para acompañar en distintas situaciones.

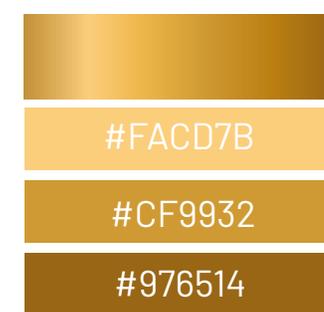
## Colores principales

---



## Colores secundarios

---



## TRATAMIENTO IMÁGENES

---

Parte de la identidad de football memories será el característico tratamiento que se le da a las imágenes de los futbolistas. Esto se logra mezclando el fondo con la tonalidad del color petróleo en Photoshop, y recortando al futbolista aplicando una trama de luz.





08.



PRODUCTO FINAL

# PRODUCTO FINAL FUNCIONAMIENTO

B) BUSCADOR



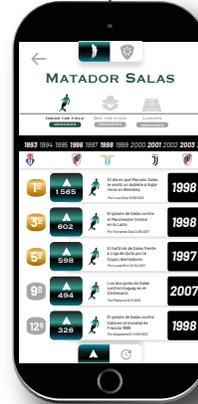
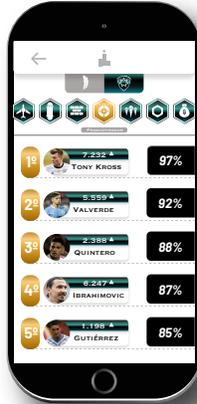
C) PERFIL FUTBOLISTA



A) HOME



D) RANKINGS



E) CREAR MEMORIA



F) PERFIL



C.1) MEMORIAS FUTBOLISTA

C.2) VALORAR FUTBOLISTA

C.3) ÁLBUM



## APP EN DETALLE

---

A continuación se enseñará cómo sería el producto final Football Memories. Este se mostrará por medio de un prototipo final que detalla todas las interacciones que se darían. Con la plataforma diseñada y las etapas futuras planificadas, sólo faltaría el financiamiento y los recursos para poder ejecutar la programación profesional de esta app.

## Ranking memoria

Está es la memoria más famosa que se ha escrito de este futbolista

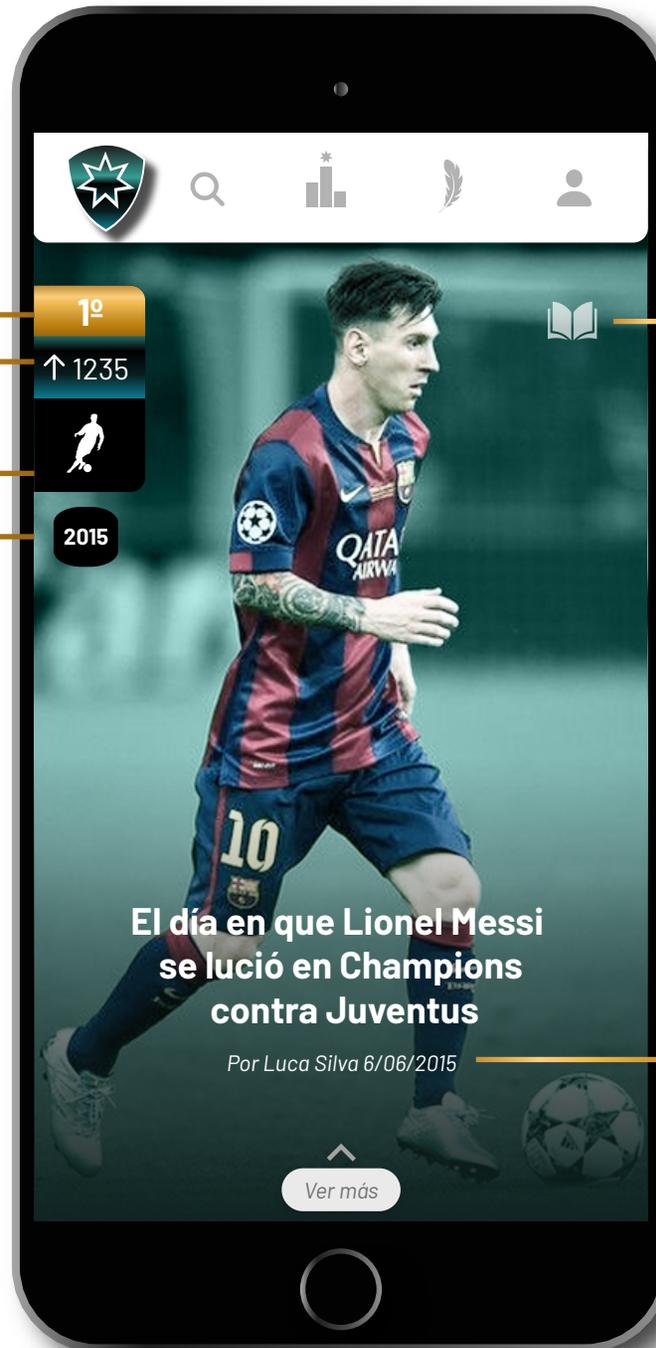
## Cantidad de ascensos

(me gusta)

## Tipo de memoria

## Año memoria

El año en que ocurrió la memoria

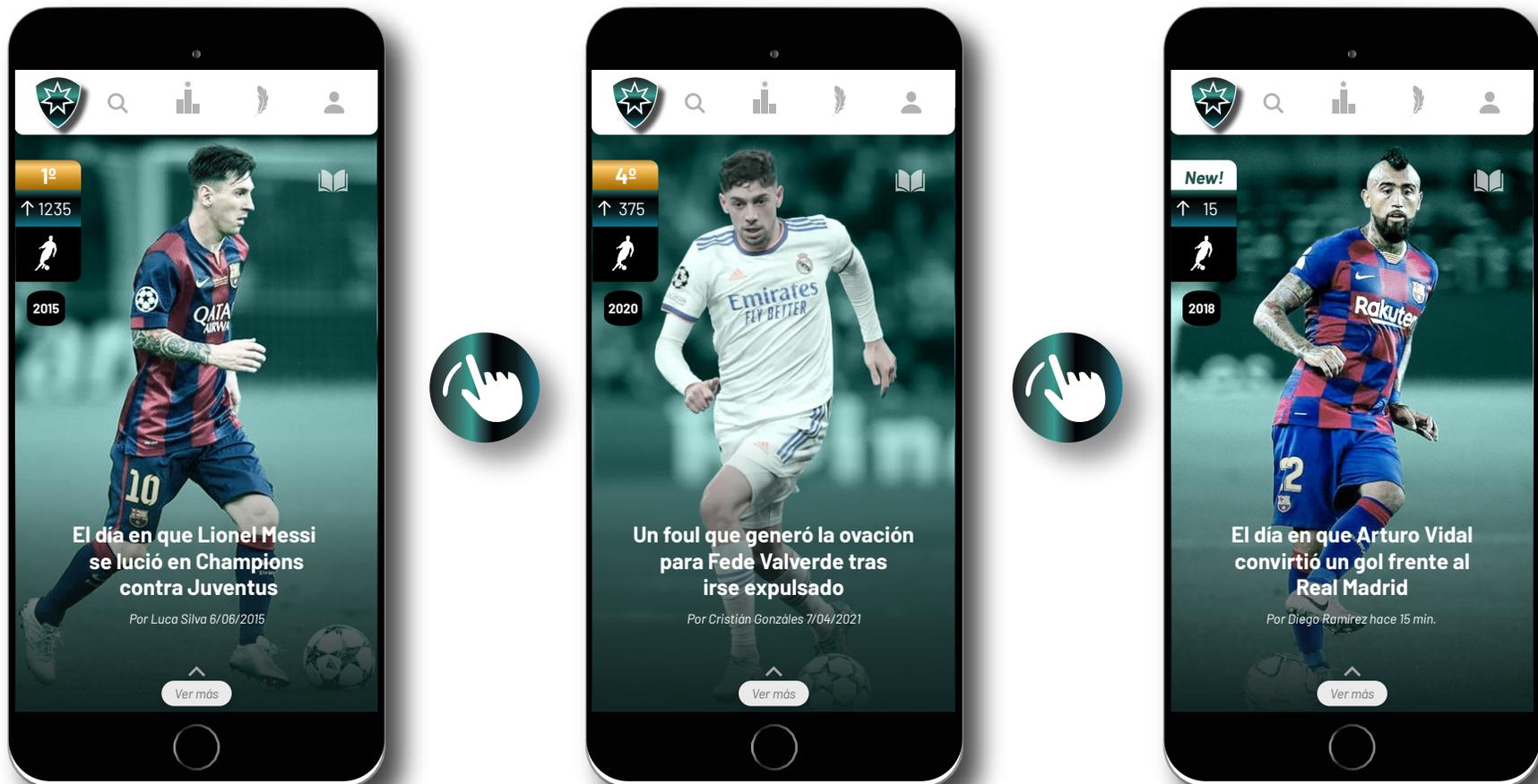


## Jugador seguido en Álbum

Este icono nos muestra que el jugador Lionel Messi es seguido por este usuario, si se deja de seguir, no más memorias de este jugador aparecerán en el Home. Si se aprieta este álbum, la plataforma nos mostrará todos los jugadores seguidos.

## Usuario creador

Este usuario puede ser seguido por los usuarios y de esta forma ellos se enteraran de las memorias que crean. Además se ve la fecha en que escribió dicha memoria.



Al abrir la aplicación la plataforma dispone de memorias. Estas serán tanto de los jugadores que siguen en el álbum, como de los usuarios seguidos. En este caso el usuario puede desplazar la pantalla a la derecha para ir navegando y si desea leer una de estas memorias debe tocar el botón ver más. Arriba de la pantalla existe el buscador, los rankings, crear una memoria, o revisar tu perfil. Además se puede ver el álbum tocando su icono.

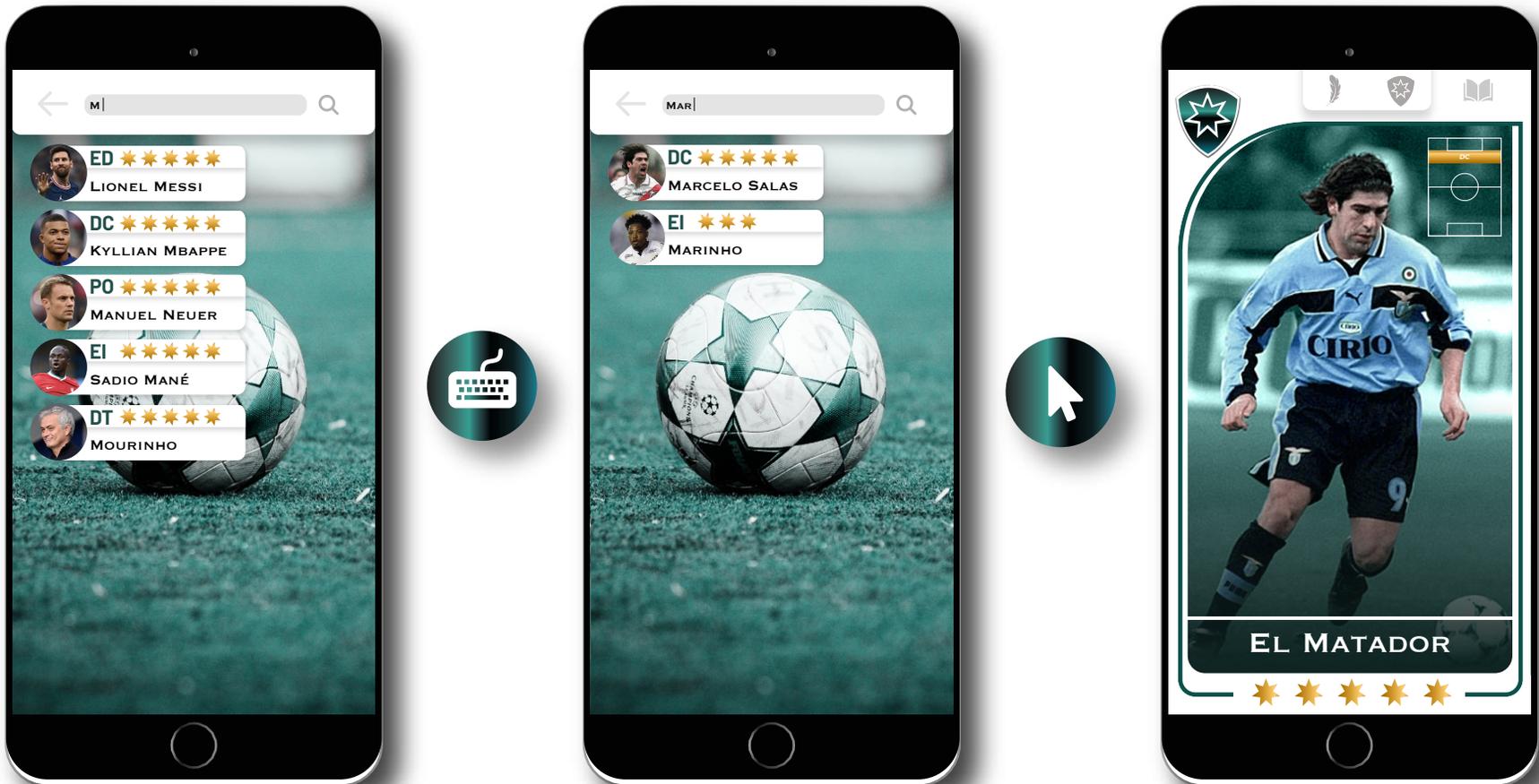
## B) BUSCADOR



### Buscador

Al ir al buscador se pueden buscar tanto memorias como valoraciones de futbolistas.

### Buscador usuarios



Al comenzar a escribir sobre el buscador de jugadores se despliegan todos los futbolistas y directores técnicos que existen con esas iniciales en la plataforma. A su vez se puede ver el nivel que estos tienen según la valoración de los hinchas con una calificación máxima de 5 estrellas. Luego se selecciona el jugador y eso te llevará a su perfil.

## C) PERFIL FUTBOLISTA

Ver valoraciones

Ver memorias

**Jugador retirado**

Si el jugador sigue vigente, el escudo corresponderá a su equipo actual. Cuando pasan 5 segundos este icono cambia al logo de nacionalidad.

Seguir jugador en álbum

**Posición del jugador**

En este caso Marcelo Salas fue un delantero centro.

Apodo futbolista

Nivel general del 1 al 5



## C.1) MEMORIAS FUTBOLISTA

### Filtro tipo de memoria

Se puede filtrar las memorias según su tipo. Existen 3, las memorias dentro de la cancha, memorias de cosas externas a los partidos, y alineaciones destacadas en las que participó el futbolista en alguna ocasión.

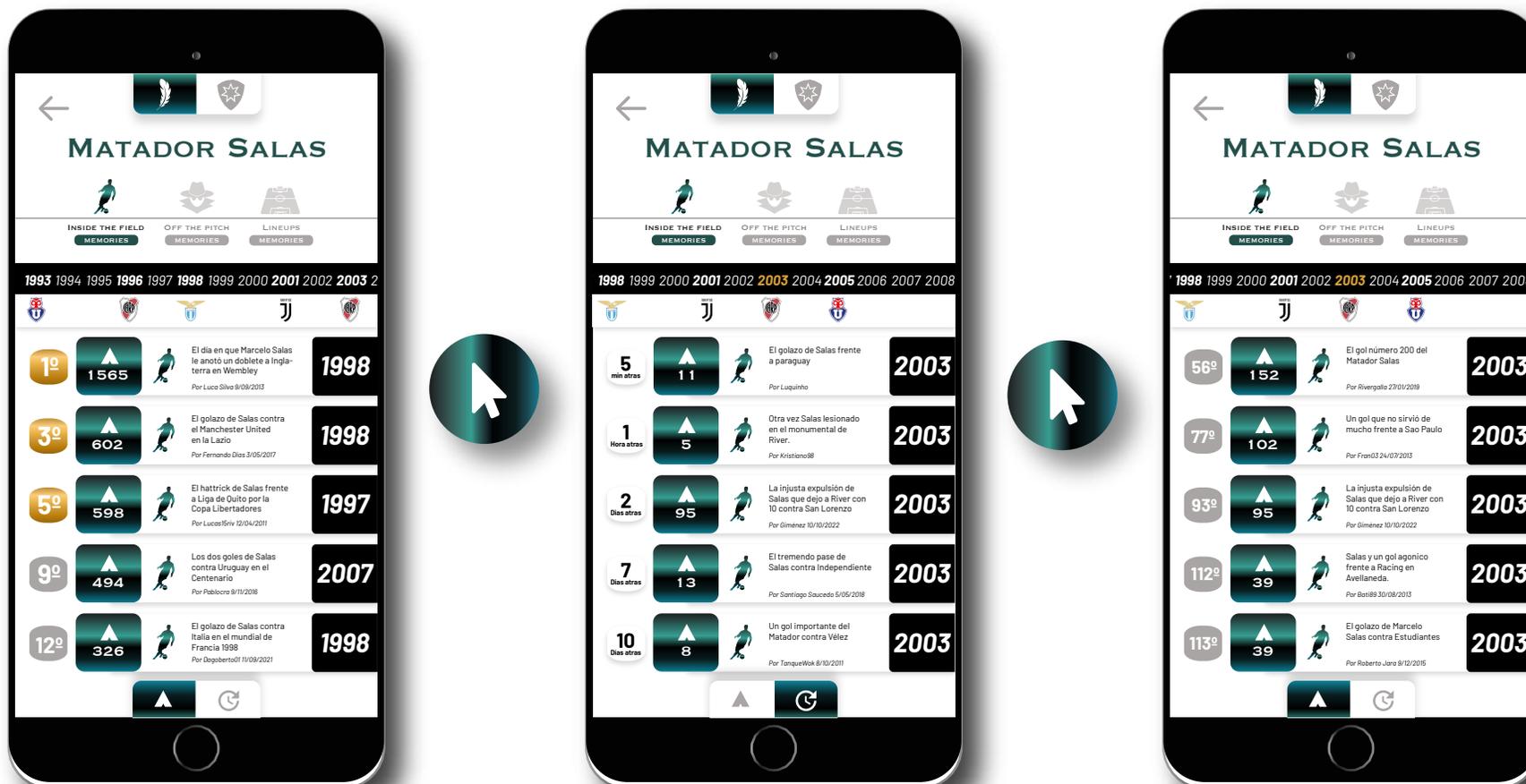
### Top 5 memorias

Según los filtros seleccionados aparecen las distintas memorias, que posición de fama tienen en ese futbolista, su cantidad de ascensos, título, autor, año, etc. Si se quiere leer se toca.

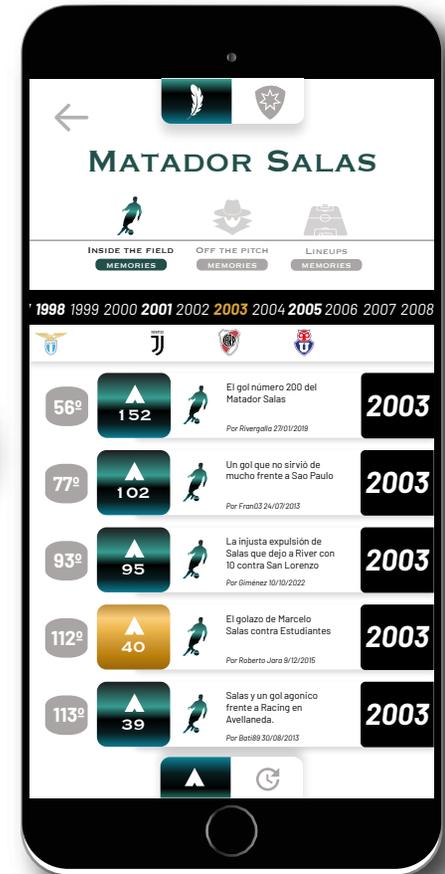
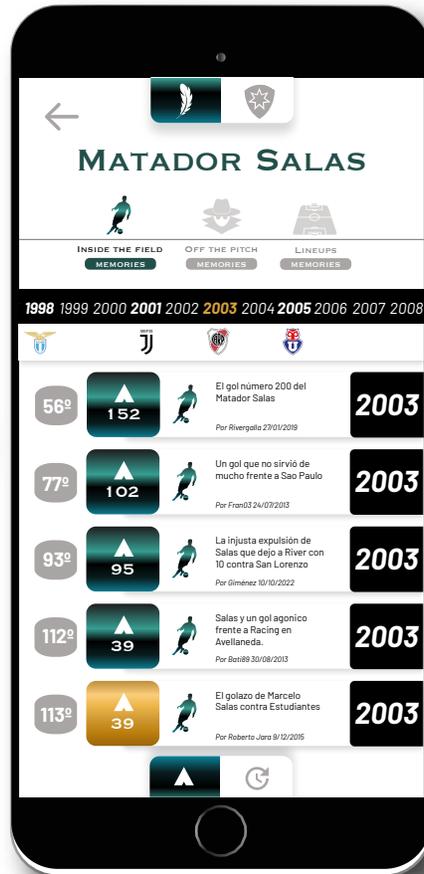


Filtro línea de tiempo

Filtro, memorias recientes



Cuando se ingresa a ver las memorias de un futbolista existen distintos filtros. Con estos podemos localizar distintos recuerdos, buscando así por año, club, tipo de memoria, y si es que estas memorias son recientes o no. En este ejemplo, el usuario quiere buscar una memoria de Marcelo Salas con River Plate en 2003. En la próxima página se muestra cómo se interesa en la memoria de Salas contra Estudiantes.



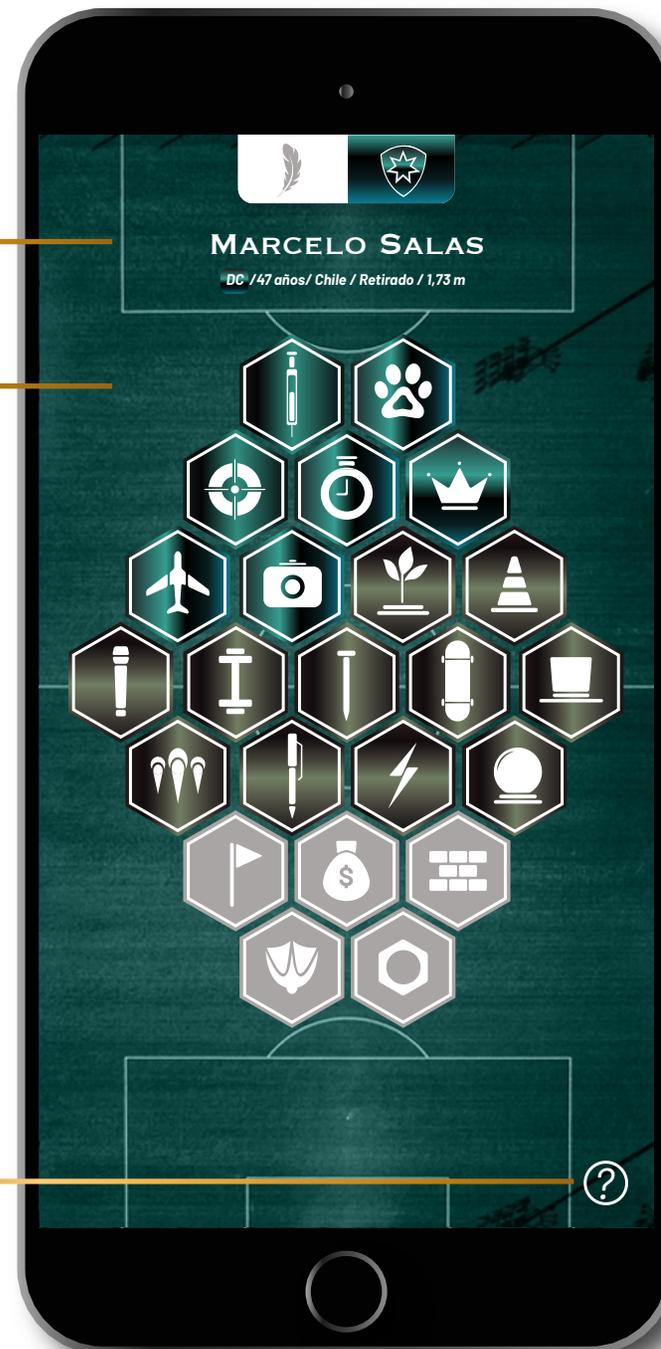
El usuario se interesa en la memoria de Salas contra Estudiantes en 2003, de esta forma la selecciona. Seleccionando la memoria, se puede leer todo lo que escribió su autor. En este caso el usuario toca el botón de ascender memoria, esto generó que posteriormente, la memoria ascendiera en fama del puesto 113º a 112º.

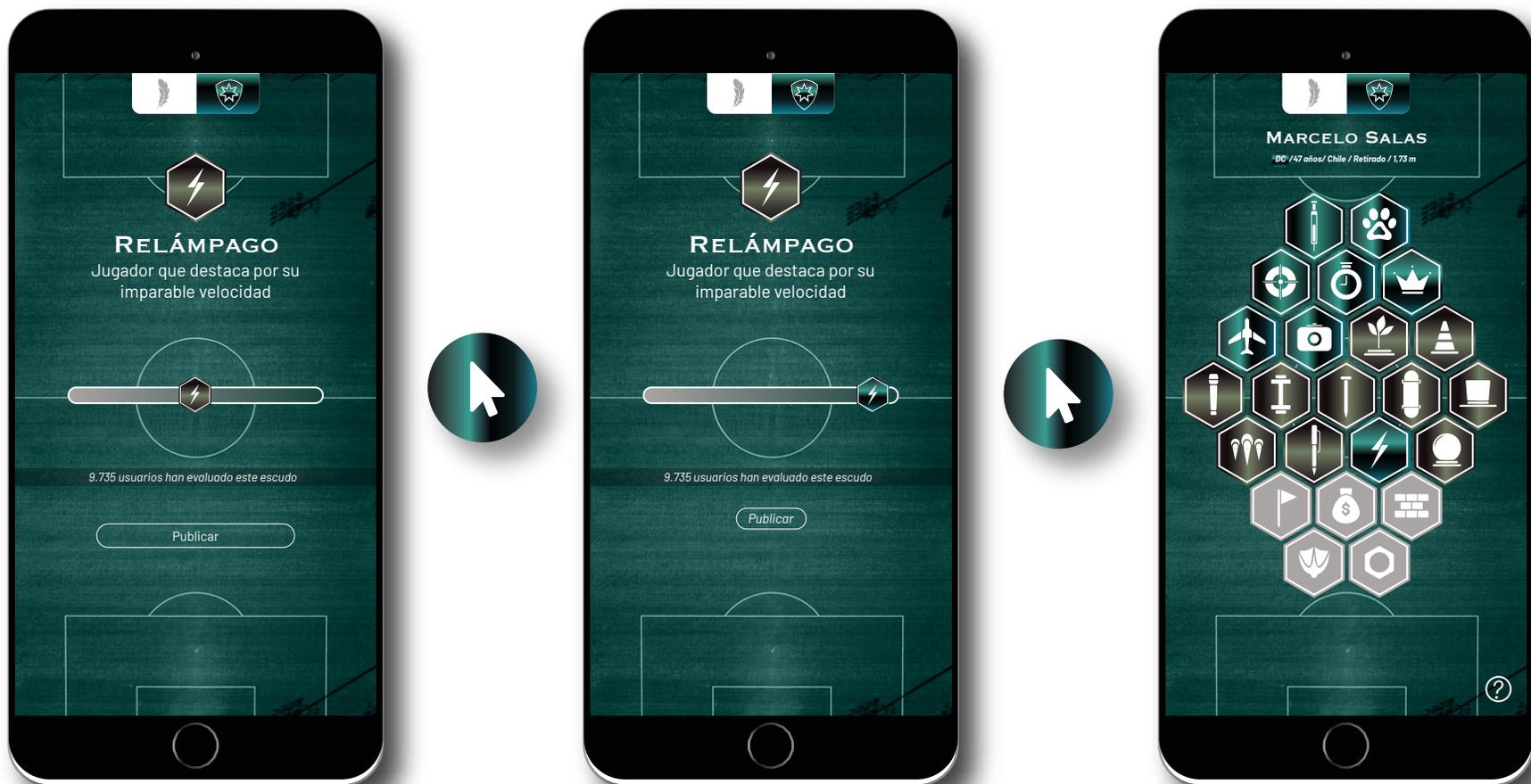
## C.2) VALORAR FUTBOLISTA

### Información general

### 23 atributos valorables

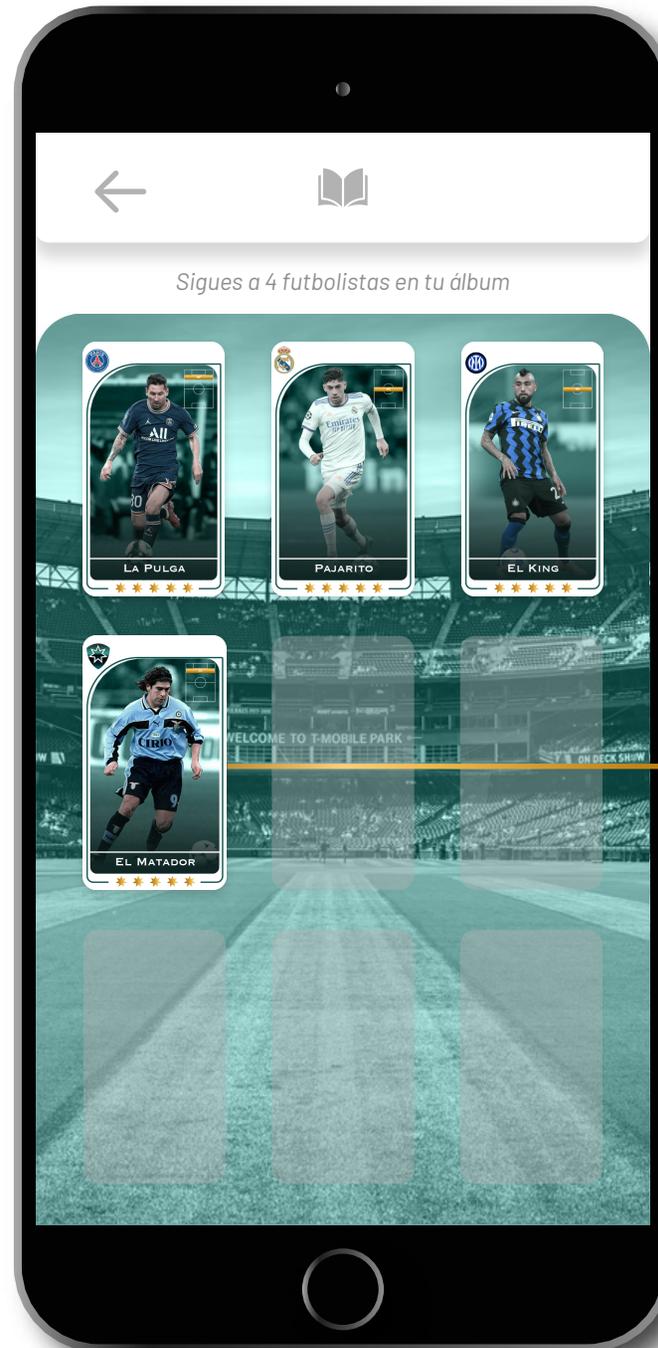
Se presentan 23 atributos que los hinchas valoran sobre los futbolistas. Cada uno se explica al ser seleccionado. El color verde petróleo representa una buena valoración por parte de la gente en dicha cualidad. El color negro una calificación media, y el gris una calificación baja. De esta forma se obtienen las estrellas del jugador. Entre mejores valoraciones se presenten en estas cualidades, más se acercaran a las 5 estrellas. Por lo general un jugador con más de 6 escudos verdes posee las 5 estrellas máximas.





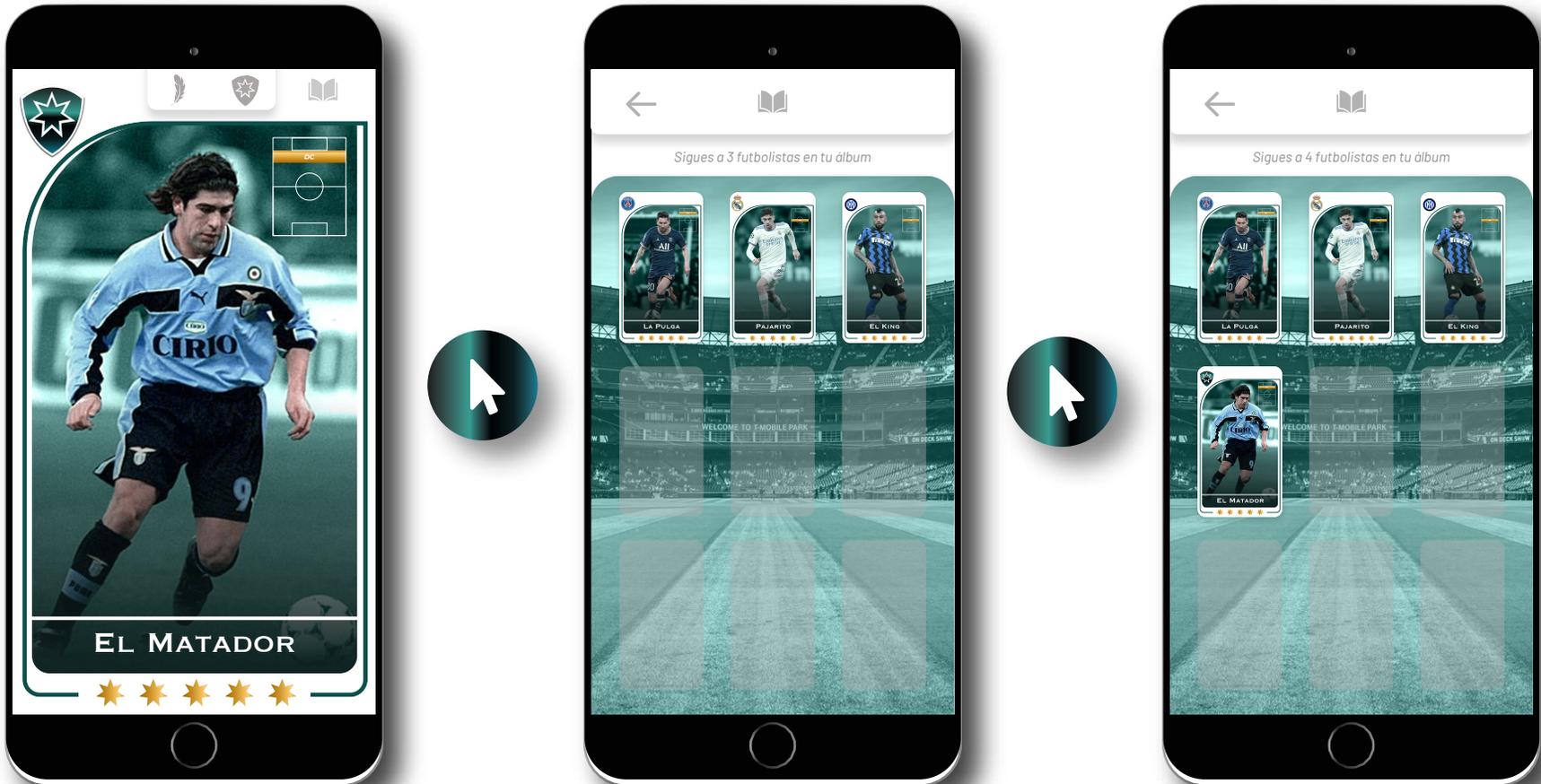
En este ejemplo, el usuario selecciona un escudo que desconoce en el perfil de valoraciones de Marcelo Salas. Al ser seleccionado se percata del escudo "Relámpago", un jugador que destaca por su imparable velocidad. El usuario considera que Marcelo Salas fue un jugador veloz, y merece en este atributo una mejor calificación. Es por esto que desliza la barra hacia el verde y publica su opinión. La app muestra una actualización de la gráfica con su votación, sin embargo, difícilmente cambie a una posición superior ya que este jugador tiene 9.735 votos en este atributo, de forma que siempre la posición representara lo que ha votado la mayor parte de la gente.

## C.3) ÁLBUM



### Álbum

Al seleccionar el icono de álbum en el perfil del jugador lo guardas automáticamente por lo cual en este caso comenzarás a recibir información en el home sobre las memorias de Marcelo Salas.

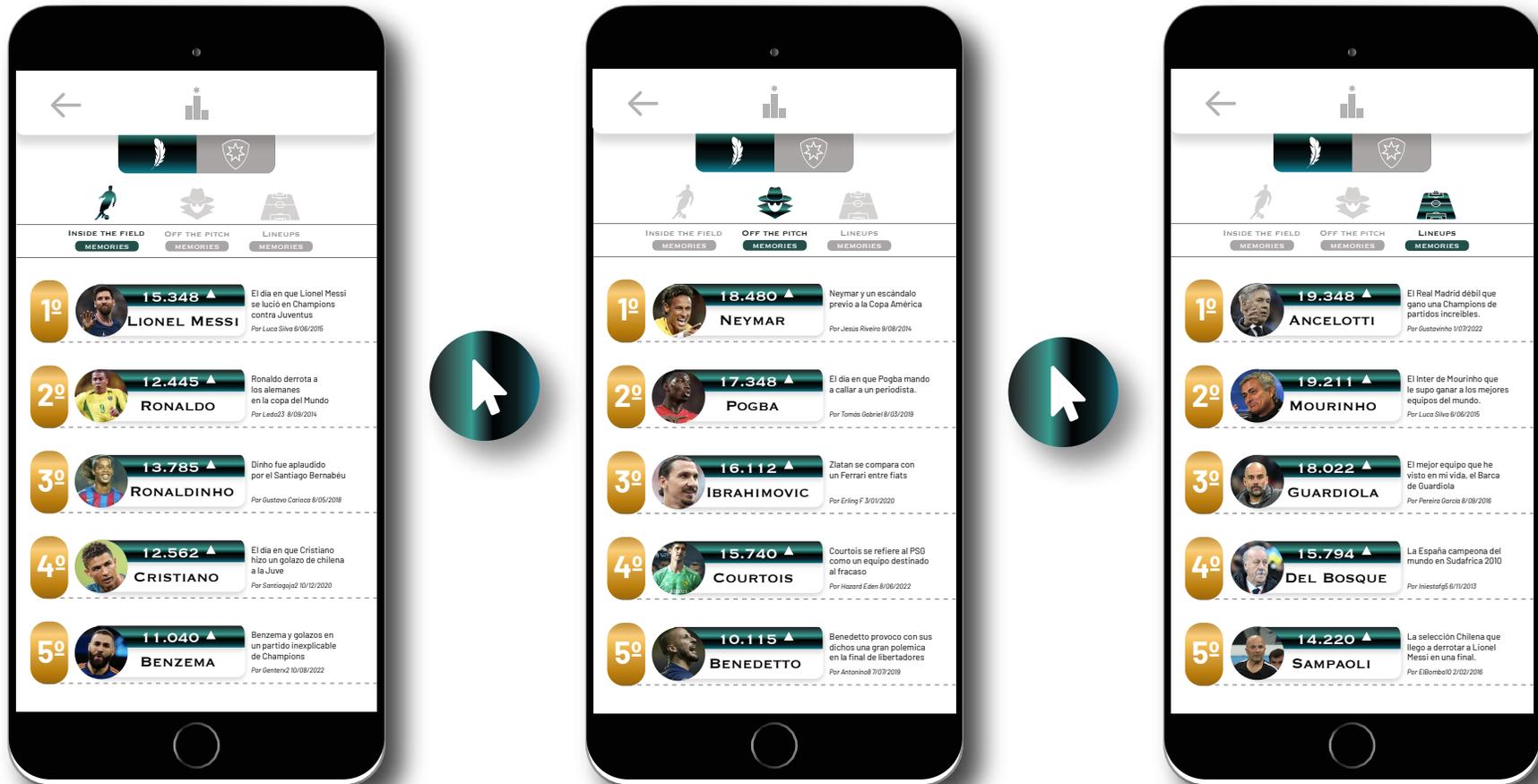


Aquí podemos ver como desde el perfil del futbolista se guarda este en el álbum. Además podemos ver a los futbolistas que ya seguíamos con anterioridad como Lionel Messi, Federico Valverde y Arturo Vidal.



**Filtro tipo memoria**

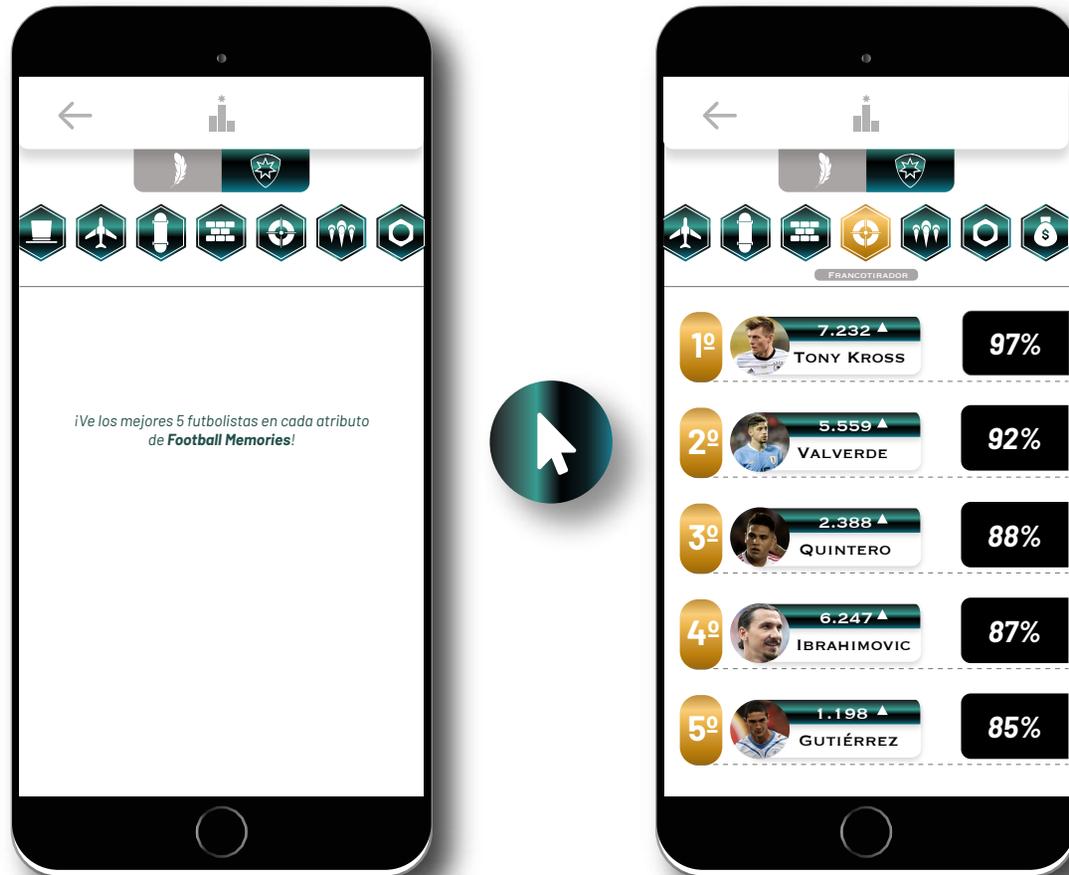
Se pueden ver las 5 memorias más populares dentro del campo, fuera del campo o alineaciones memorables.



Aquí podemos ver cómo se van seleccionando los distintos filtros según tipo de memoria. Por lo general las memorias de tipo "Inside the field" aluden a goles, partidos o jugadas. Las memorias "Off the pitch" refieren a comentarios, polémicas y cosas acerca de la vida de los futbolistas. Y por último las alineaciones destacan al entrenador que dirigió dicho equipo. A continuación se verá un ejemplo de cómo se disponen las memorias de alineaciones.

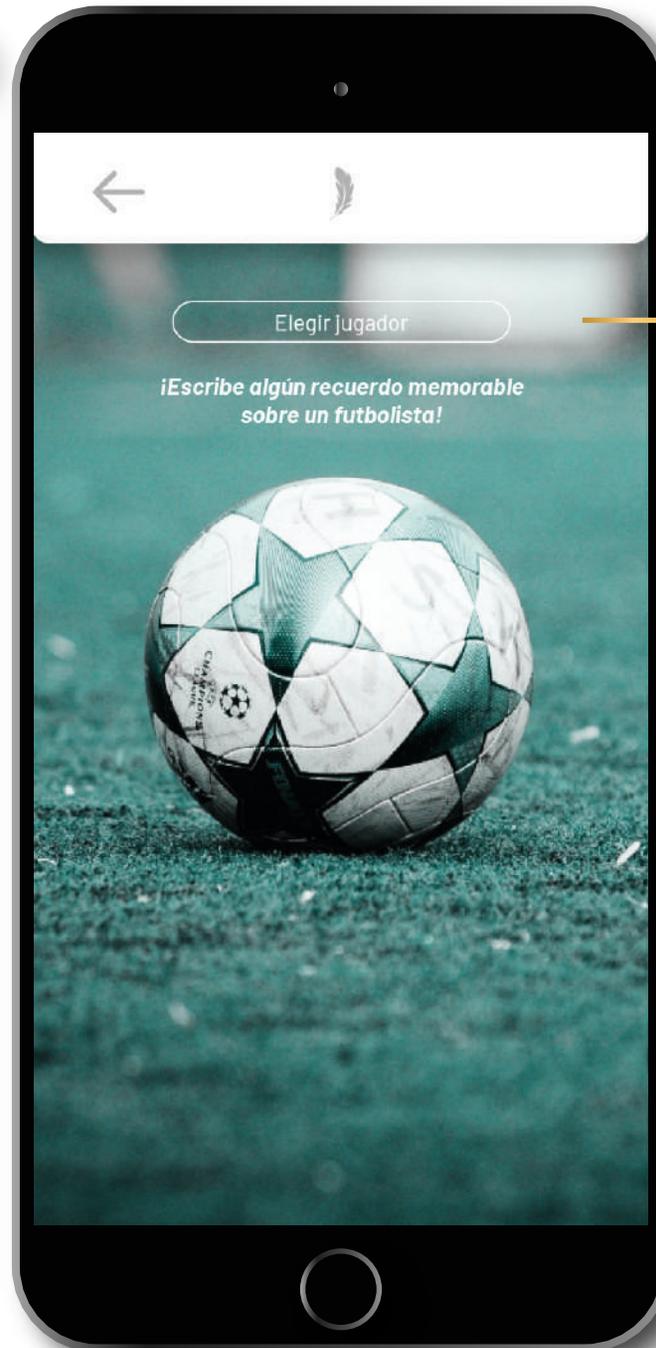


El usuario selecciona la memoria del Barca de Pep Guardiola. En esta puede ver el once inicial de dicho equipo y a su vez leer lo que escribió el autor acerca de esa alineación. En este caso el usuario decide ascender dicha memoria, por lo que posteriormente el ranking gráfica con verde petróleo que ha publicado su ascenso.



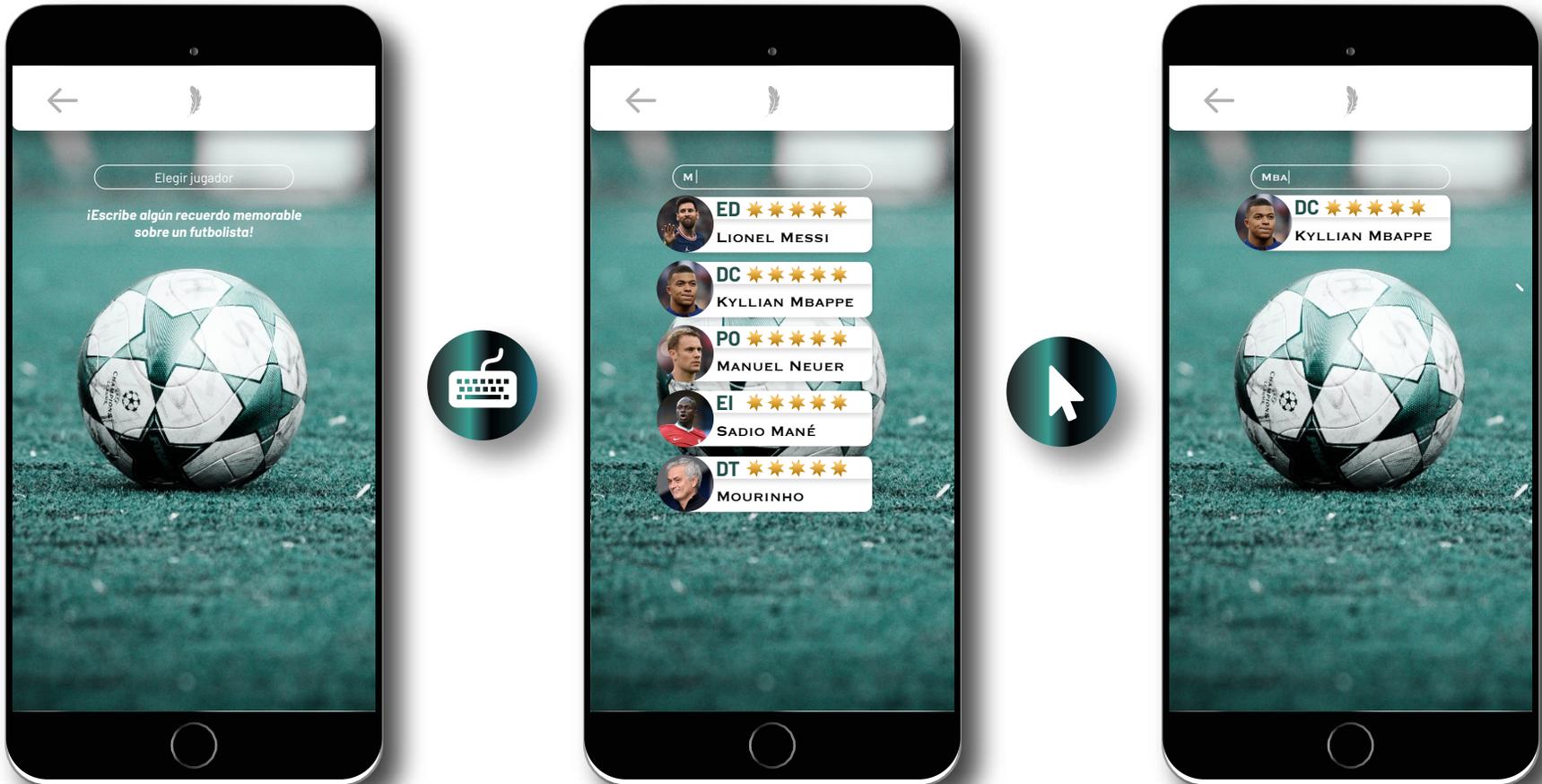
A su vez en la ventana de ranking por valoración podemos ver los 5 jugadores con mayor índice de aprobación en cada atributo a nivel mundial. Por ejemplo en este caso se selecciona el atributo francotirador. Este atributo se refiere a jugadores que logran anotar desde grandes distancias. En esta gráfica podemos ver cuánta gente ha votado en dicha cualidad y el porcentaje de valoración. Este porcentaje promedia todas las valoraciones del jugador en esa cualidad siendo 100% lo más cercano al verde petróleo en la barra de votación (pág.79).

## E) CREAR MEMORIA

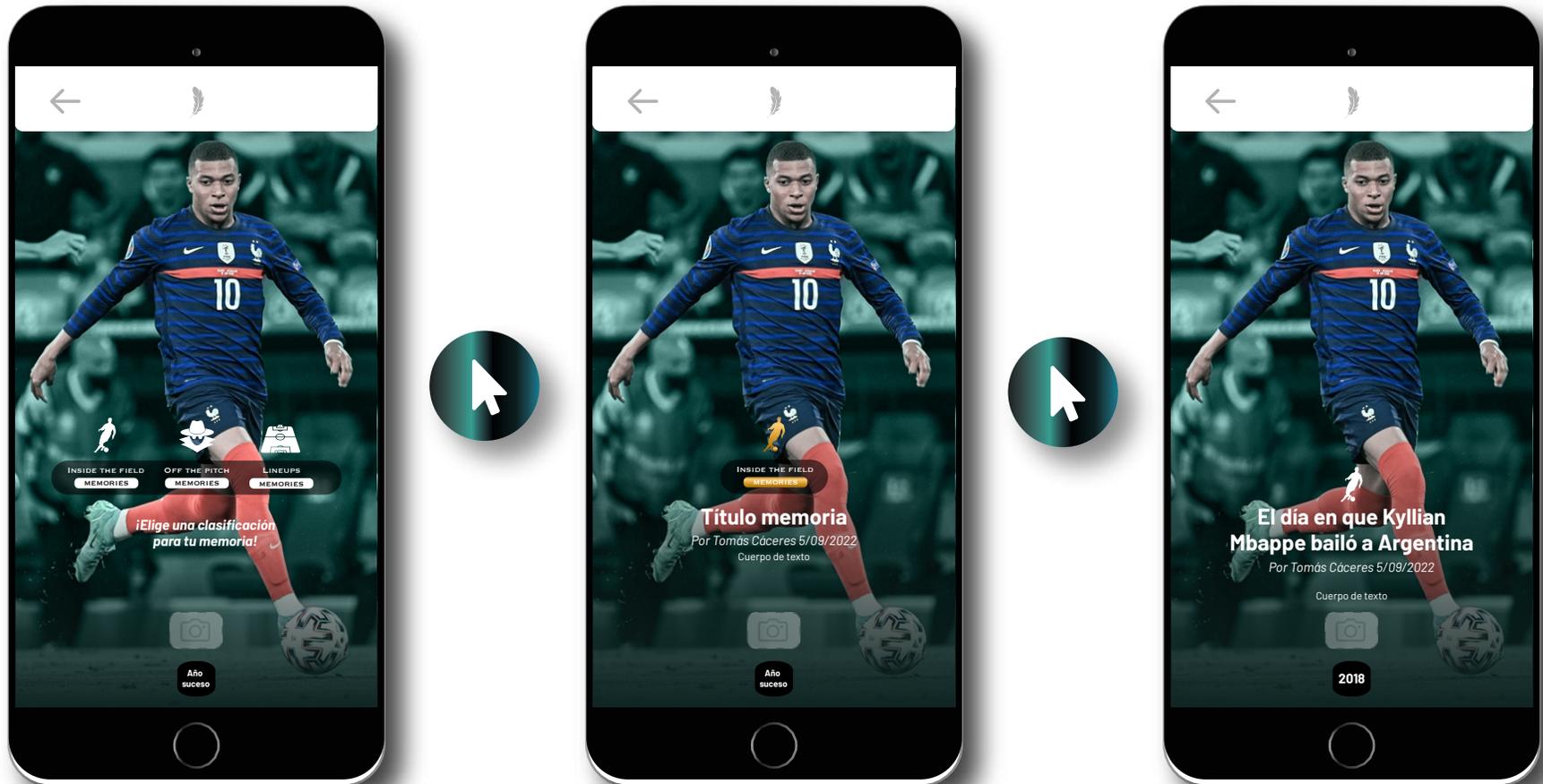


### **Crear memoria**

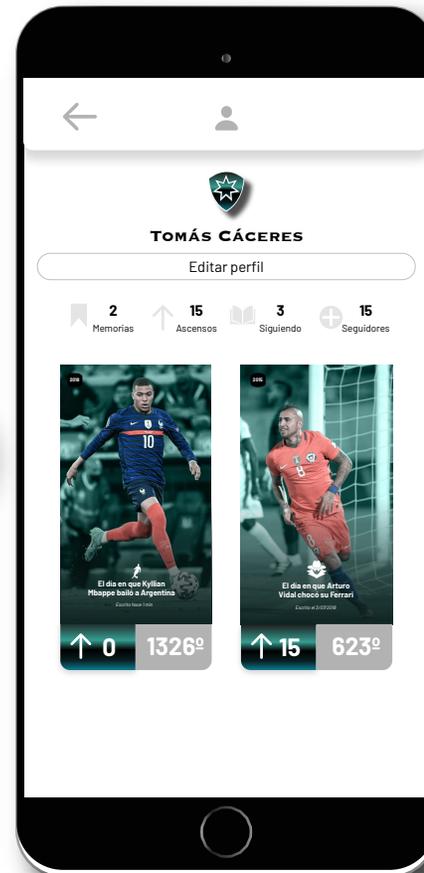
Se elige un jugador o entrenador y se comienza el proceso de creación con libertad.



El sistema de tipeo es similar al buscador, se comienza a escribir y la plataforma va mostrando que jugadores y entrenadores existen con esas iniciales. De esta forma dicho personaje se selecciona adjuntando una imagen con el filtro de la plataforma que viene pre-hecho.



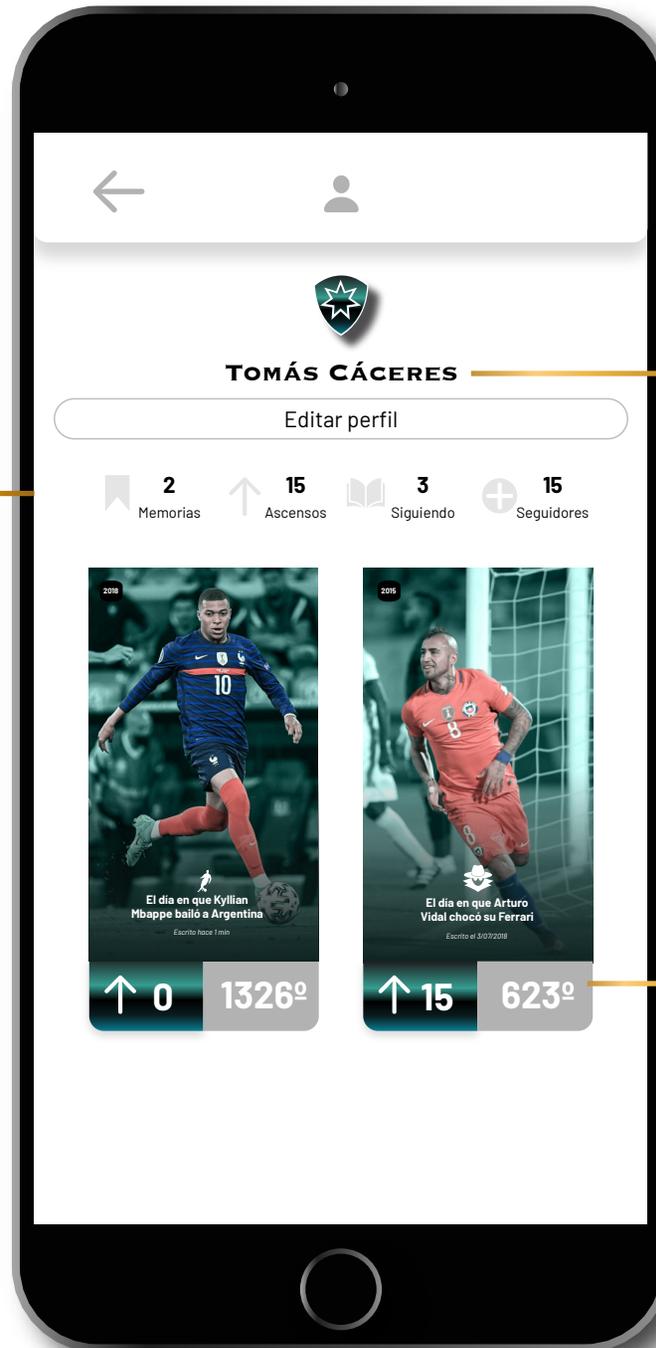
En este caso se selecciona al jugador francés Kyllian Mbappe. La plataforma le pregunta al usuario qué tipo de memoria quiere escribir, a lo que este resuelve con una memoria dentro del campo de juego. Luego se elige un título para la memoria, y el año correspondiente en que dicho acontecimiento sucedió. Además el usuario tiene la posibilidad de adjuntar su propia fotografía y utilizar los filtros de Football Memories.



Una vez que el usuario termina de redactar toda la memoria decide publicarla, de esta forma viaja hacia su perfil el cual podrán ver los demás usuarios. Dentro de este perfil podrá seguir de cerca si su memoria va ascendiendo de puesto. Al momento de subir esta memoria , su puesto es el 1326º, algo normal, ya que mucha gente escribe sobre el futbolista Kyllian Mbappe.

### Estadísticas usuario

Se pueden observar la cantidad de memorias escritas, la suma de ascensos totales, la cantidad de usuarios y jugadores seguidos. Además se muestra el número de usuarios que siguen tu cuenta.



### Nombre usuario

El usuario es bastante simple y se puede modificar de quererlo así.

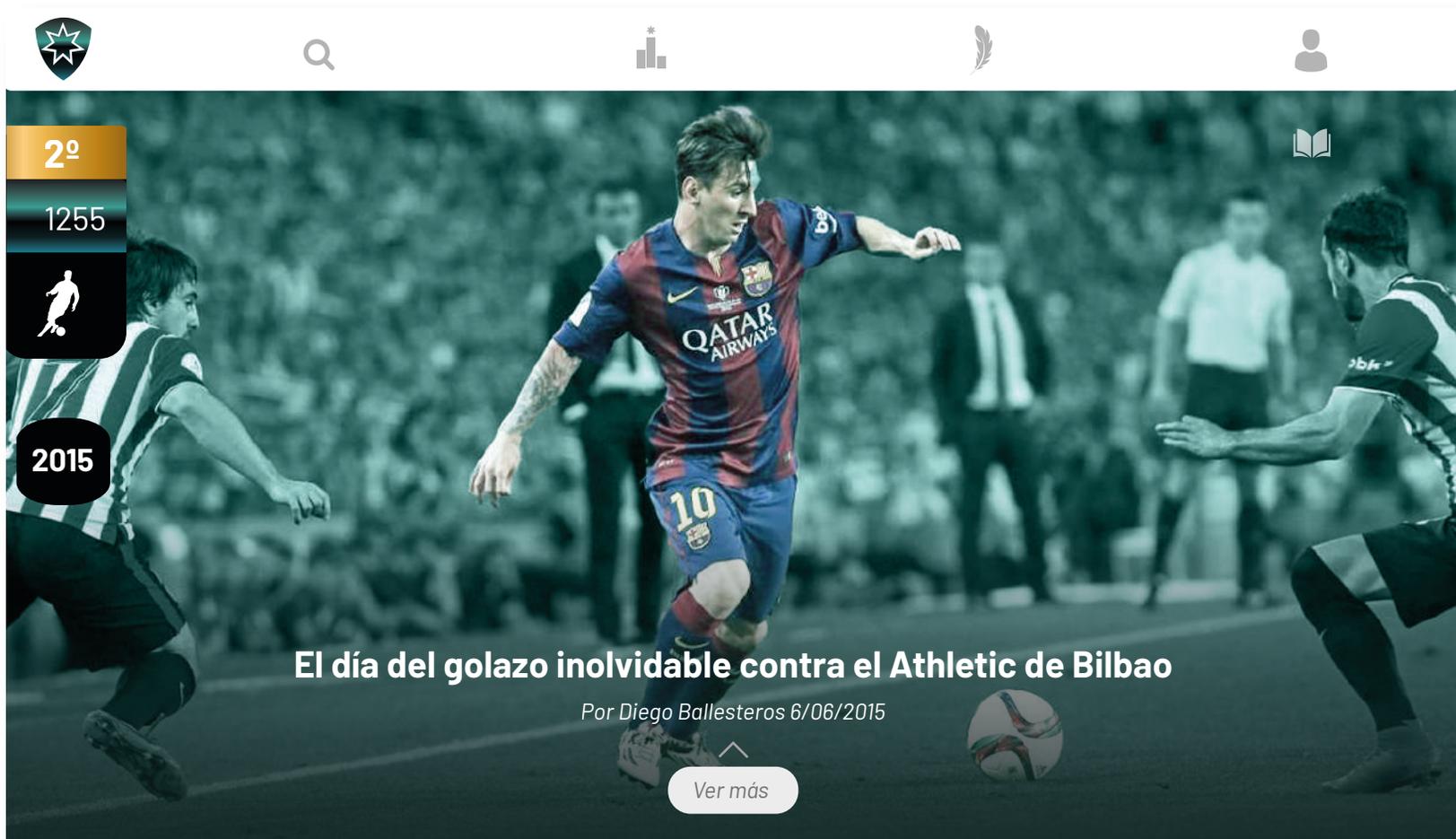
### Mis memorias

Se puede ver memorias viejas, sus ascensos y posiciones de fama en cada jugador.

# VERSIÓN WEB

---





La aplicación además contaría con su versión web, la cual se implementaría en el largo plazo (posterior a la app), de forma en que se tenga más tiempo para recaudar financiamiento. En la página web las gráficas serían adaptadas a un formato horizontal como se muestra en el ejemplo. La idea de tener la versión web es que pueda tener mayor llegada a los fanáticos. Además tener un sitio web puede ser beneficioso para quienes les gusta redactar y leer en un computador.

09.



# IMPLEMENTACIÓN

## PROGRAMACIÓN DEL PROTOTIPO

---

Con el objetivo de implementar los productos finales que se mostraron anteriormente decidí consultar y enseñar mi proyecto a dos ingenieros. Las personas consultadas fueron Guillermo Espinosa y Jaime Fernández. Ambos poseen experiencia desarrollando aplicaciones y sitios webs.

Las consultas realizadas fueron las siguientes:

1. ¿Cuánto sería el costo económico de un proyecto como Football Memories?
2. ¿Cuánto tiempo tardaría en lanzarlo?
3. ¿Qué tipo de programadores deberían ser contratados?
4. ¿Cambiarías algún detalle de la app en vistas de mejorar su viabilidad?
5. ¿Cuánta diferencia en costos tiene el realizar una app versus una página web?



Guillermo Espinosa y Jaime Fernández, Ingenieros con experiencia en desarrollo app/web

## RESPUESTAS Y CONCLUSIONES

---

1. El desarrollo del proyecto inicial el cual abarca solamente la aplicación móvil Football Memories podría llegar a costar alrededor de 5 a 10 millones de pesos. De todas formas depende mucho la consultora elegida y de las cosas que se le quieran agregar.

Dentro de los costos asociados existe, determinar si esta app se encontrará disponible en los, Android y Windows. Además se considera parte del costo el tipo de notificaciones a usuarios, y detalles que deba guardar la base de datos. Obviamente el costo del diseño gráfico en este caso estaría cubierto.

2. Los tiempos de los proyectos dependen en demasía de las prioridades de la consultora contratada, se estima que podría demorar de 6 a 8 meses.

3. Las consultoras son ideales porque tienen el equipo de ingenieros armado previamente. Por lo general contienen un ingeniero de desarrollo software, otro de desarrollo de front-end (visual), y un último desarrollador de back-end (bases de datos y usuarios). De todas formas también existen los ingenieros full-stack que realizan el front-end y el back-end.

4. Más que cambiar cosas de la aplicación, se sugirió una forma de abaratar los costos de ser necesario ante la falta de financiamiento. Si es que no se recaudan los fondos necesarios se podría eliminar la presencia de los usuarios en la app Football Memories. De esta forma las memorias se podrían subir de forma anónima, con las valoraciones. La app seguirá siendo muy útil y se podría contratar a alguien que filtre y suba el contenido.

Tener usuarios, guardar contraseñas, privacidad y los múltiples factores que esto incluye incrementa un montón los costos del proyecto Football Memories.

5. Los costos de realizar una app versus una web son bastante similares. Sin embargo, usualmente las webs tienden a ser un poco menos costosas. En host y dominio de la página web existe un costo fijo anual que ronda los 140.000 CLP. Por otro lado incluir una app Appstore cuesta cerca de 80.000 CLP anual y en Play store alrededor de 20.000 CLP.

Otro costo a considerar es mantener a la consultora una vez terminada la app para potenciales mejoras. También en ese caso se puede mantener a un ingeniero fijo por alrededor de unos 700.000 CLP mensuales.

## ETAPAS Y PLAZOS

---

Meta para el proyecto de título, Julio 2022

### Rediseño app seminario

Se rediseña la app del semestre anterior basándose en testeos, correcciones, observaciones, encuestas y entrevistas con usuarios futboleros y no futboleros.

### Prototipo y diseño finalizado

Se presenta un prototipo final el cual abarca todas las interacciones posibles de la app. A su vez la investigación y planificación del proyecto se encuentra lista, está para financiar y ejecutar.

### Concursos y financiamiento

Teniendo en cuenta que la idea está absolutamente definida, el proyecto se encuentra listo para presentarse y ser financiado mediante la búsqueda y postulación a fondos.



MARZO 2022



JULIO 2022



SEPTIEMBRE 2022

## ETAPAS Y PLAZOS

---

### **Contratación y comienzo del proyecto**

Con los fondos recaudados se da comienzo al proyecto, se paga a una consultora que comienza a programar la app de forma inicial. La página web se desarrollara posteriormente para no gastar mucho dinero inicialmente.



FEBRERO 2023

### **Lanzamiento app y difusión**

Se lanza la app en paralelo con un proceso de difusión, en este se buscarán auspiciadores y personas con llegada al mundo del fútbol que puedan publicitar la app.



SEPTIEMBRE 2023

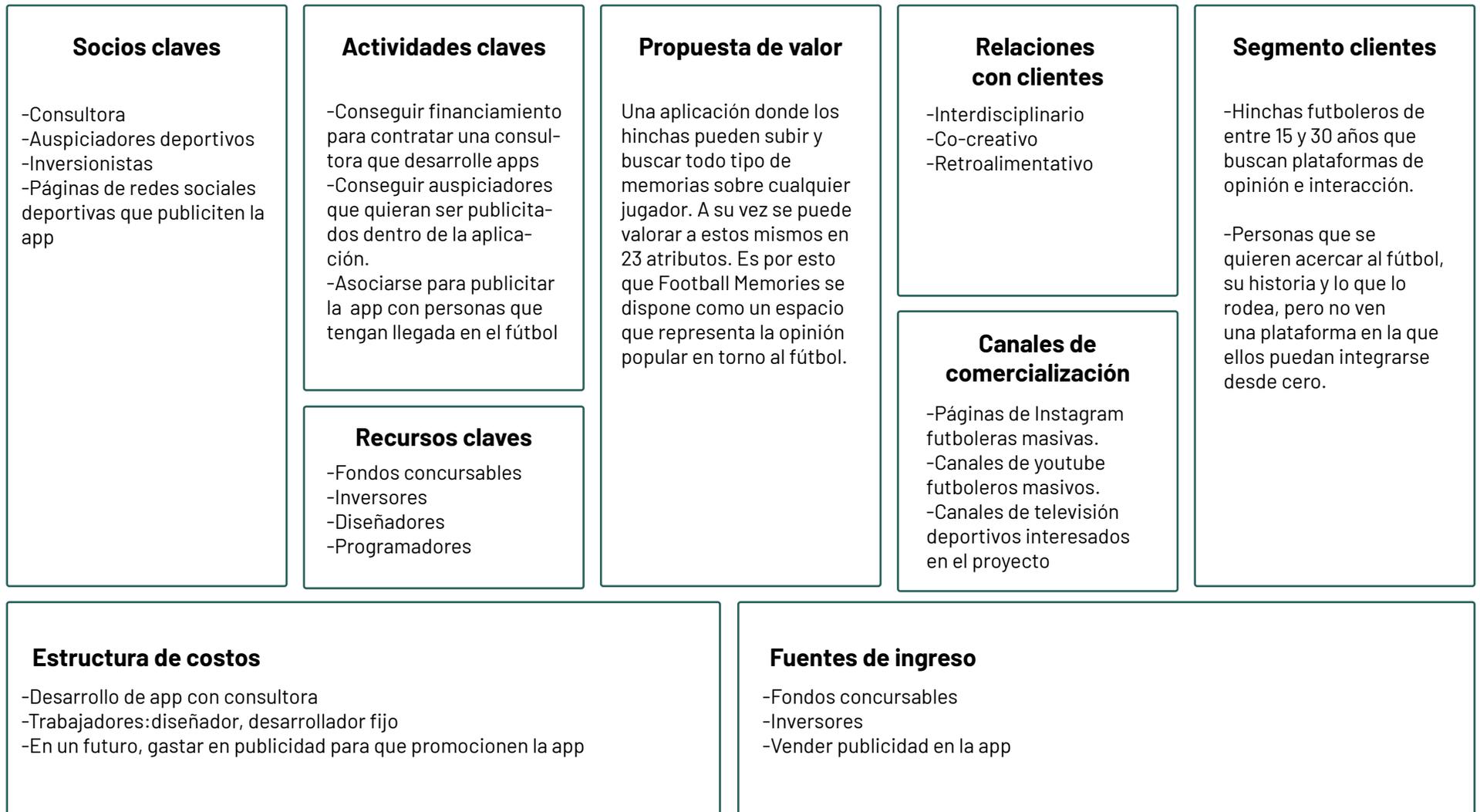
### **Análisis de resultados y página web**

En paralelo al uso de la app, se irá rediseñando. A su vez si los resultados están siendo buenos y el financiamiento lo permite se podrá mejorar la app e incluso comenzar a desarrollar la página web de Football Memories.



NOVIEMBRE 2023

# CANVAS MODELO DE NEGOCIOS



## COSTOS ESTIMADOS

---

### Inversión inicial app Football Memories

#### Costos fijos

Desarrollo de app	6.000.000 CLP
Play store	23.000 CLP

#### Costos mensuales

App store	7.000 CLP
Diseñador	600.000 CLP
Desarrollador web	700.000 CLP

**Total** **7.330.000 CLP**

Se ha investigado acerca de los costos que podría llegar a tener un proyecto como Football Memories, inicialmente se necesitan alrededor de 7 millones de pesos para desarrollar la aplicación. En un futuro si se quiere aumentar la llegada a los fanáticos se podría hacer una segunda inversión de 5 millones de pesos para desarrollar la página web.

También en el largo plazo se evaluará la posibilidad de gastar en otros factores. Primero, si existe la necesidad de contratar a un ingeniero comercial. Segundo, si es necesario invertir en una pequeña campaña de difusión de la app.

### Proyección realización de página web

#### Costos fijos

Desarrollo web	5.000.000 CLP
----------------	---------------

#### Costos mensuales

Hosting	8000 CLP
Dominio web	1000 CLP

**Total** **5.009.000 CLP**

## FINANCIAMIENTO Y FONDOS CONCURSABLES

---

Sabiendo los costos que tendría desarrollar un proyecto de esta magnitud se necesitará apoyo financiero. Para esto he pensado en dos estrategias. La primera sería asociarse con un inversionista ángel, estos participan activamente en el desarrollo de la estrategia de crecimiento. La segunda sería postular a los programas *Capital Semilla Corfo* y *Brain Chile*, los cuales además de repartir mucho dinero te apoyan en los procesos propios de un emprendimiento, brindando asesoría técnica, gestiones administrativas y marketing.

### *Capital Semilla Corfo*

obtiene un subsidio de hasta 3.5 millones de pesos para la materialización de los nuevos proyectos de negocios. Hasta 3.3 millones para destinar en inversiones. Alrededor de \$500 mil pesos para destinarse en acciones de gestión empresarial. Un mínimo de \$200 mil pesos deben destinarse obligatoriamente a acciones de marketing.

### *Brain Chile*

Cuenta con más de 60 millones para repartir con el objetivo de desarrollar tu tecnología y su protección. Tiene una etapa de aceleración donde se entregan \$2 millones a los 12 mejores proyectos.

# CUÁNTO SE PUEDE GANAR CON APPS/WEBS

Para tener claros los beneficios monetarios que presentan las aplicaciones y webs en el mundo futbolero, se investigó al respecto. La forma que mejor se adapta al modelo de negocios de Football Memories es ganar dinero con publicidad. Hoy en día se puede monetizar incorporando AdSense en web y Admob para aplicaciones. De esta forma ellos monetizan a cambio de colocar publicidad en nuestras plataformas. Las ganancias varían según la plataforma y el tipo de publicidad, pero se estima que serían cercanas a los 2000 CLP por cada 1000 visitas en la aplicación o web (ticon, s.f.).

Para ejemplificar cuánto es el potencial de Football Memories, en el siguiente cuadro se calculó una estimación del dinero que ganan este tipo de plataformas en el fútbol.

	Versión app	Versión web	Ganancias mensuales por visitas
 Live Score	50 millones de descargas 5M visitas mensuales aprox	105M visitas mensuales aprox	213.000.00 CLP
 Sofa Score	10 millones de descargas 1M visitas mensuales aprox	60M visitas mensuales aprox	118.000.000 CLP
 One football	50 millones de descargas 5M visitas mensuales aprox	7M visitas mensuales aprox	23.000.000 CLP
 The Athletic	1 millon de descargas 1000 visitas mensuales aprox	21M visitas mensuales aprox	41.000.000 CLP

Fuente visitas [https://pro.similarweb.com/#/apps/performance/1\\_1176147574/840/1m/](https://pro.similarweb.com/#/apps/performance/1_1176147574/840/1m/)  
 Fuente descargas [https://play.google.com/store/games?hl=es\\_419&gl=US](https://play.google.com/store/games?hl=es_419&gl=US)



FOOTBALL  
MEMORIES



10.



# PROYECCIONES

## PROYECCIONES FREEMIUM

---

Uno de los modelos de negocios más exitosos en el mundo de las aplicaciones es la modalidad freemium. Esta estrategia consiste en dejar que los usuarios gratuitos puedan usar la plataforma con normalidad y sin muchas limitaciones, sin embargo, los que pagan tendrán beneficios adicionales (La Salle, 2015). Un gran ejemplo de plataforma freemium es Spotify, que deja a sus usuarios disfrutar de la música gratuitamente pero con ciertas restricciones. Una vez que se paga el plan anual, existe total libertad para escuchar todo lo que se quiera, cuando se necesite.

Football Memories contará con su versión premium pero solo se obtendrán beneficios por esto, al contrario de Spotify, que limita ciertas acciones.

Football Memories Premium tendrá un precio sumamente accesible de \$4 dólares al año.

Parte de los beneficios que se podrán adquirir con este servicio serán.

*Ojo de halcón:* Puedes ver detalles de cuentas ajenas, a quien sigue y quienes lo siguen. Además podrás consultar las valoraciones de los usuarios sobre los distintos jugadores.

*Memorias destacadas:* Tus memorias permanecerán más tiempo a la vista de los usuarios, y se recomendarán con más frecuencia a los demás.

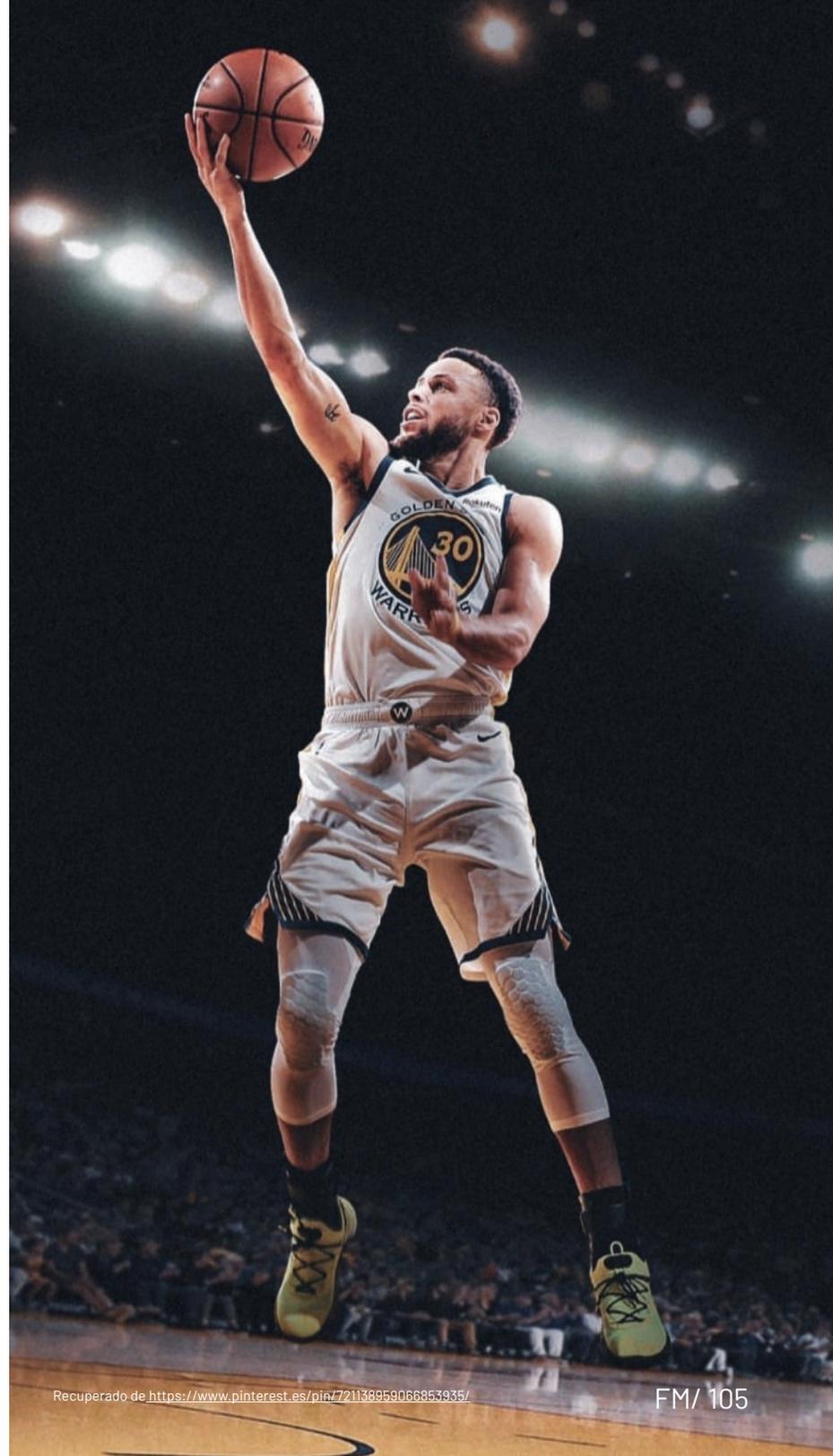
*Iniciar interacciones:* Se permitirá a los usuarios premium comentarle personalmente a quienes escribieron la memoria. Todos los usuarios podrán responder, pero no todos podrán iniciar conversaciones.

*Nuevas herramientas de edición:* A los usuario premium se les permitirán nuevas imágenes de edición limitada, filtros y también la inclusión de videos en las memorias.

## PROYECCIONES DEPORTES

---

Sin lugar a dudas que esta app podría extenderse a deportes que también contienen recuerdos deportivos memorables. Dentro de estos podrían aparecer nuevas versiones que incluyan el fútbol femenino, el tenis, el basketball y la fórmula 1. Sería un aporte que en estas versiones también se pueda valorar a los deportistas con los atributos correspondientes por disciplina.



11.



CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

---

A lo largo del desarrollo del proyecto fui comprendiendo el enorme potencial que tiene el conocimiento futbolero de los fanáticos. Un conocimiento que logra ser más grande de lo que los propios hinchas asimilan, conociendo un montón de equipos, jugadores e historias. Hoy en día este no se está aprovechando, simplemente se queda en algún comentario a través de Instagram o algún creador de contenido en redes sociales. A esto se suma el hecho de que rara vez en estas plataformas se recuerdan hechos y memorias del pasado.

De esta forma el proyecto Football Memories resulta un gran aporte para todo aquel que quiera compartir su conocimiento, recordar memorias y aprender aún más de este deporte. A su vez, Football Memories buscará ser una plataforma representativa de la opinión popular a través del tiempo, por lo cual esto entregará enormes

beneficios para la comunidad deportiva, que tendrá acceso a las opiniones de diferentes momentos sobre cada futbolista del mundo. Y lo que resulta más beneficioso aún, es que el conocimiento será creado por sus mismos usuarios quienes a través de un entorno renovado se darán cuenta de lo provechoso que puede ser escribir, leer e informarse sobre lo que les apasiona.

Para mi este proyecto en lo personal fue tremendamente provechoso, trabajando con cariño en uno de los temas que más me apasiona. Sin lugar a dudas aprendí un montón en el proceso con todas las personas que me ayudaron y logré divisar la diferencia que puede hacer crear un proyecto de un año desde el diseño. En este proceso pude aprovechar las múltiples herramientas que me enseñaron en la carrera, guiando así un proyecto que en ningún momento se vio forzado

a existir, sino que surgió como una necesidad de las interacciones críticas observadas.

Para finalizar, esta plataforma de entretenimiento será más que eso, servirá para personas que encuentren una salida a sus problemas compartiendo con el deporte. Abrir espacios de interacción en torno al entretenimiento potencia el bienestar de las personas y que así en un futuro más gente se pueda sumar a esta pasión que mejora vidas.

12.



## REFERENCIAS

## BIBLIOGRAFÍA

---

**ANFP. (2019).** Anuario financiero del fútbol chileno. [https://anfpfotos.cl/-notas/0\\_0\\_Anuarios\\_Financieros/Anuario\\_Financiero\\_2020\\_v1\\_0.pdf](https://anfpfotos.cl/-notas/0_0_Anuarios_Financieros/Anuario_Financiero_2020_v1_0.pdf)

**Bahí, L. (2019).** Marketing deportivo: qué es, tipos, estrategias y plan. Semrush Blog. Recuperado 2 de Diciembre, 2021, de <https://es.semrush.com/blog/marketing-deportivo/>

**Conde, M. (2021).** Detrás de SofaScore: los datos en el fútbol no son solo ratings y las estadísticas no siempre son datos. Big Data Sports. Recuperado 2 de Diciembre, 2021, de <https://bigdatasports.media/2021/04/18/detras-de-sofascore-los-datos-en-el-futbol-no-son-solo-ratings-y-las-estadisticas-no-siempre-son-datos/>

**Czarniawska, B. (2006).** Book review: Bruno Latour: reassembling the social: an introduction to actor-network theory. *Organization Studies*, 27(10), 1553-1557.

**El País. (2020).** Fede Valverde, sancionado con un partido por su expulsión en la Supercopa de España. [https://elpais.com/deportes/2020/01/15/actualidad/1579084757\\_486928.html](https://elpais.com/deportes/2020/01/15/actualidad/1579084757_486928.html)

**GfK. (2019).** 7° ENCUESTA GfK DEL FÚTBOL CHILENO 2019. [https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user\\_upload/country\\_one\\_pager/cl/\\_20190611\\_encuesta\\_gfk\\_del\\_futbol\\_2019\\_vf.pdf](https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/country_one_pager/cl/_20190611_encuesta_gfk_del_futbol_2019_vf.pdf)

**La Salle. (2015).** Modelo de negocio freemium: el caso spotify. <https://blogs.salleurl.edu/es/emprendedores/modelos-de-negocio-freemium-el-caso-spotify>

**Latour, B. (2011).** Network theory| networks, societies, spheres: Reflections of an actor-network theorist. *International journal of communication*, 5, 15.

**Rodrigues, D. (Director). (2022).** Neymar: El caos perfecto. Estados Unidos-Brasil; Campfire; Makemake.

## BIBLIOGRAFÍA

---

**Segura, F. (2018).** Historias de los mundiales. [https://www.academia.edu/42631145/Historias\\_de\\_los\\_Mundiales](https://www.academia.edu/42631145/Historias_de_los_Mundiales)

**Sepúlveda Arteaga, F. (2017).** Los hinchas de "la roja". Cuatro cambios de identidad desde 1962 hasta 2015. [Tesis, Universidad de Chile]. Repositorio uchile. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/151251/TE-SIS-los-hinchas-de-la-roja.pdf?sequence=1>

**Soto, L., Cavero, A., Rivera, L., Gamboa, N. y Quintero, L. (2021).** La influencia de las redes sociales y su vinculación con el medio. <https://www.inaf.cl/wp-content/uploads/2021/08/LA-INFLUENCIA-DE-LAS-REDES-SOCIALES-EN-LOS-EQUIPOS-DE-FU%C3%81TBOL-Y-SU-VINCULACI%C3%81N-CO-N-EL-MEDIO-2021.pdf>

**Ticon. (s.f.).** La verdad sobre rentabilizar una App. <https://www.ticon.es/blog/4/la-verdad-sobre-rentabilizar-una-app>

**Varsky, J. [@Varskysports].** (1 de abril de 2021). El fútbol es lo más importante entre las cosas menos importantes de la vida". Arrigo Sacchi' [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/varskysports/status/1377668468259033097?lang=es>

**Vilches Parra, D. (2016).** Del Chile de los triunfos morales al "Chile, país ganador". La identidad nacional y la selección chilena de fútbol durante la Dictadura Militar (1973-1989). Historia Crítica. <https://revistas.unian-des.edu.co/doi/full/10.7440/histcrit61.2016.07>



FOOTBALL  
MEMORIES