



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

# **TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS**  
**GRADO EN PERIODISMO**

**Curso Académico 2022-2023**

**CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA**  
**CONMEMORATIVO DEL CENTENARIO DEL ELCHE C.F.**

Alumno: **DAVID SOLER HERNÁNDEZ**

Tutor: **MIGUEL CARVAJAL PRIETO**

## ÍNDICE DE CONTENIDO:

<b>Resumen:</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract:</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Sumario del proyecto:</b> .....	<b>4</b>
1.1 Descripción del proyecto:.....	4
1.2 Nivel de especialización:.....	5
1.3 Propuesta de valor del proyecto:.....	5
<b>2. Fundamentos del proyecto:</b> .....	<b>9</b>
2.1 Contexto:.....	9
2.2 Evolución del concepto de narrativas transmedia.....	12
2.3 Problemas detectados.....	14
2.4 Soluciones aportadas.....	15
2.5 Análisis del mercado.....	17
2.6 Matriz DAFO.....	21
<b>3. Creación de una identidad visual y de proyecto.....</b>	<b>24</b>
3.1. Nombre del proyecto:.....	24
3.2. Logotipo:.....	25
3.3. Eslogan o claim:.....	26
3.4. Tipografías:.....	27
3.4. Paleta de colores:.....	28
<b>4. Propuesta editorial:</b> .....	<b>30</b>
4.1. Documental audiovisual.....	30
4.2. Propuesta web.....	32
4.2.1. Objetivos de la página web.....	33
4.2.2. Diseño y estética de la web.....	33
4.2.3. Estructura (secciones).....	35
4.2.4. Metodología empleada en su creación.....	36
4.2.5. Versión para dispositivos móviles.....	37
4.3. Propuesta de redes sociales.....	37
4.3.1. Canal de Youtube.....	38
4.3.2. Perfil de Instagram.....	41
4.3.3. Perfil de TikTok.....	43
4.3.4. Perfil de Twitter.....	45
<b>5. Conclusiones:</b> .....	<b>47</b>
<b>Referencias:</b> .....	<b>49</b>
<b>Índice de figuras:</b> .....	<b>50</b>
<b>ANEXO 1: Listado de entrevistas realizadas.....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXO 2: Diseños empleados en el canal de Youtube.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXO 3: Ejemplos de publicaciones para el perfil de Instagram.....</b>	<b>53</b>

## **Resumen:**

Este trabajo presenta el desarrollo y la conceptualización de "*Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*", un proyecto transmedia centrado en el centenario del Elche C.F. que traza la historia del club desde su fundación hasta la actualidad. El estudio aborda el proceso de creación de una identidad corporativa coherente y distintiva para el proyecto, así como el diseño de un ecosistema mediático compuesto por un documental, una plataforma web y presencia en varias redes sociales. A su vez, se han diseñado la planificación de contenidos para cada una de las plataformas que componen este proyecto y se han establecido los indicadores clave de rendimiento (KPI) necesarios para medir el impacto y la eficacia de las estrategias planteadas. Este proyecto proporciona una visión integral de cómo los contenidos deportivos pueden ser adaptados y revitalizados para la era digital.

**Palabras clave:** Narrativa Transmedia, Elche CF, Estrategia de Medios, Identidad Corporativa, Periodismo Deportivo

## **Abstract:**

This paper presents the development and conceptualisation of "*Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*", a transmedia project focused on the centenary of Elche C.F. that traces the history of the club from its foundation to the present day. The studio tackled the process of creating a coherent and distinctive corporate identity for the project, as well as the design of a media ecosystem comprising a documentary, a web platform and a presence on various social networks. In turn, content planning has been designed for each of the platforms that make up this project and the necessary key performance indicators (KPIs) have been established to measure the impact and effectiveness of the strategies proposed. This project provides a comprehensive vision of how sports content can be adapted and revitalised for the digital era.

**Keywords:** Transmedia Narrative, Elche CF, Media Strategy, Corporate Identity, Sports Journalism

# 1. Sumario del proyecto:

## 1.1 Descripción del proyecto:

Con el propósito de celebrar el centenario del Elche Club de Fútbol, se ha llevado a cabo la realización de un proyecto transmedia que aborda la historia y relevancia de este club en la ciudad de Elche. El proyecto, titulado “*Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*”, se plantea como un reto ambicioso que busca resumir la trayectoria deportiva y los hitos más destacados del club a lo largo de sus cien años de historia. Este proyecto consta de varios ejes principales sobre los que se vertebra: una película documental, una página web y diferentes perfiles en redes sociales.

La pieza central del proyecto es la película documental con una duración aproximada de una hora y media (ver [tráiler del proyecto](#)), y se divide en varias secciones (correspondientes a las distintas décadas de historia del club) que abordan diferentes aspectos de la historia del Elche Club de Fútbol. En su planteamiento inicial, se buscó retratar la figura del club como una entidad deportiva fundamental en la identidad de la ciudad de Elche. En este sentido, el documental presenta una cuidadosa selección de imágenes, videos y entrevistas que permiten comprender la trascendencia del club en el desarrollo histórico y cultural de la ciudad.

Este trabajo abordará la creación de un ecosistema complementario al documental que ayude a configurar el proyecto transmedia, integrado por una página web, un [canal de Youtube](#) y perfiles en diferentes redes sociales<sup>1</sup>. También abordará la constitución de la identidad visual de todo el proyecto, aspecto clave a la hora de otorgar una “imagen de marca” constituida a través de elementos como el logotipo, *claim* del proyecto, las tipografías y la paleta de colores empleada.

El proyecto cuenta con la participación de diferentes personalidades relevantes en la historia del club, como antiguos jugadores, técnicos y periodistas locales, quienes ofrecen su testimonio y perspectiva acerca de los hitos más importantes en la trayectoria del equipo. Estas 21 entrevistas ofrecen una perspectiva más completa

---

<sup>1</sup> [Instagram](#), [TikTok](#) y [Twitter](#)

sobre la relevancia del Elche Club de Fútbol en la comunidad y la importancia de su legado.

En este sentido, el proyecto tiene un enfoque principalmente histórico y descriptivo, con el propósito de transmitir al espectador la importancia del Elche Club de Fútbol en la ciudad y el legado que ha dejado a lo largo de su trayectoria deportiva. Asimismo, el documental también busca resaltar la importancia del deporte como un elemento fundamental en la vida social y cultural de la ciudad.

### **1.2 Nivel de especialización:**

En primer lugar, es menester contextualizar este proyecto en cuanto a su temática, resaltando que se enfoca en el ámbito deportivo, y más específicamente, en la historia del Elche C.F. Se ubica en un nicho temático específico que aborda los temas de interés para los amantes del fútbol y del Elche en particular.

Asimismo, se destaca que su audiencia objetivo abarca tanto a los seguidores del equipo como a cualquier persona interesada en la historia del deporte y la ciudad de Elche. Con ello, se pretende atraer a un público amplio y variado, tanto dentro como fuera de la ciudad. En apartados posteriores de este trabajo se especifican cifras más concretas sobre la audiencia objetivo a la que se pretende alcanzar.

En cuanto al nivel de especialización del proyecto, se centra en el Elche Club de Fútbol y su impacto en la ciudad de Elche. De esta manera, se resalta su importancia en la cultura deportiva de la ciudad y se pone en valor la historia del equipo. Es importante destacar que el documental se presenta como una obra de interés no solo para los aficionados del club, sino también para cualquier persona interesada en la historia y cultura deportiva de la ciudad de Elche y de la región en general.

### **1.3 Propuesta de valor del proyecto:**

La principal propuesta de valor de este proyecto transmedia reside en su objetivo de recordar y celebrar la centenaria historia del Elche C.F. de una manera que sea moderna, atractiva, accesible y dinámica.

En un mundo cada vez más digital y conectado, las formas tradicionales de contar historias a menudo no logran captar la atención y el interés de los jóvenes. Este proyecto, por el contrario, se aprovecha de las oportunidades que brindan las tecnologías y las plataformas digitales para presentar la historia del Elche C.F. de manera atractiva e interactiva.

El uso de una estrategia transmedia permite abordar la historia del club desde múltiples ángulos y a través de varios formatos y medios, proporcionando una visión completa y diversa. Desde el documental audiovisual principal, pasando por la plataforma web hasta el contenido en las redes sociales, cada componente del proyecto añade un valor único, y juntos ofrecen una experiencia completa para el usuario.

El Elche Club de Fútbol cuenta con una rica y compleja historia que se extiende a lo largo de un siglo, lo que ha hecho que sea un referente para los aficionados del fútbol y, en especial, para los seguidores del equipo ilicitano. Por ello, la realización de un proyecto transmedia que abarque su historia de manera exhaustiva y coherente resulta esencial y, en este sentido, se trata de una de las pocas, o incluso la única iniciativa de esta índole que aborda de manera exhaustiva la historia del conjunto ilicitano y su importancia en la ciudad de Elche.

El eje principal del proyecto, el documental audiovisual, es un formato que permite contar una historia de manera dinámica y visualmente atractiva. La duración aproximada de una hora y media es adecuada para presentar la historia del club, desde su creación hasta la actualidad, sin llegar a ser excesivamente extenso.

Otra propuesta de valor secundaria del proyecto también es la pluralidad de perspectivas y puntos de vista que se han tenido en cuenta para la producción del documental. El documental cuenta con testimonios de numerosas personas que han tenido una relación estrecha con el club a lo largo de su historia. Gracias a ellos, se ha logrado mostrar diferentes visiones o puntos de vista sobre aspectos más desconocidos sobre el club, como por ejemplo cómo es su trato con los jugadores veteranos.

Otro ejemplo es la cantidad de perspectivas y puntos de vista recogidos sobre uno de los episodios más importantes y recientes de la historia del Elche, como es el

descenso administrativo a Segunda División por impagos en el año 2015. De este importante capítulo se han recogido las versiones, en primer lugar, de jugadores que estuvieron ese momento en la plantilla como Edu Albacar, que nos cuenta cómo la plantilla tuvo que afrontar meses enteros sin cobrar.

En el otro lado, el proyecto recoge la versión del que era dueño y presidente de la entidad en ese momento, José Sepulcre (unos de los grandes protagonistas de este episodio). También se han recogido la versiones de diferentes periodistas que cubrían la información del Elche C.F. en esa época y que ofrecen diferentes perspectivas y opiniones al respecto. Entre ellos, encontramos nombres como Paco Gómez (TeleElx y Radio Marca), Monserrate Hernández (Onda Cero Elche) o Jerónimo Tormo (COPE Elche).

En este sentido, se han realizado 21 entrevistas de un total de 25 planificadas ([ver listado completo en ANEXO I](#)). De esta manera, hemos cubierto el testimonio de multitud de ex-jugadores, ex-entrenadores, miembros de la directiva y periodistas que han estado vinculados al equipo, y que otorgan al proyecto una valiosa información de la mano de sus experiencias vividas a lo largo de las diferentes décadas de historia de la entidad franjiverde. Este es uno de los mayores valores del proyecto, que lo constituye como el único de esta índole sobre el Elche C.F. con esta variedad de fuentes. Todo ello convierte este proyecto en un trabajo completo y diverso.

Por su parte, la creación de un ecosistema mediático transmedia en torno a la pieza principal del proyecto permite aprovechar las ventajas y posibilidades que ofrecen las distintas plataformas y medios. Por ejemplo, la página web servirá como repositorio de información y documentación relacionada con el tema del documental, así como para albergar entrevistas, artículos y reportajes complementarios. Un canal de YouTube puede alojar vídeos promocionales, tráileres, entrevistas completas y contenido exclusivo que ayudará a enriquecer la experiencia del espectador y proporcionará un mayor contexto y profundidad a la historia del Elche C.F. Las redes sociales, por su parte, permiten mantener una comunicación fluida con la audiencia, generar *engagement*, compartir novedades acerca del proyecto y fomentar la participación activa de los usuarios en la promoción y difusión del documental.

Por otro lado, la contribución del proyecto a preservar la memoria histórica del club es también un aspecto relevante. Una obra transmedia, presentada a través de diferentes formatos digitales, permite que la historia del club se mantenga accesible y perdurable para las generaciones presentes y futuras, lo que contribuye a valorar y mantener la cultura deportiva de la ciudad de Elche.



## **2. Fundamentos del proyecto:**

### **2.1 Contexto:**

Este apartado pretende exponer y analizar el contexto social, cultural y deportivo que rodea al proyecto, que se desarrolla en el marco del centenario del Elche Club de Fútbol.

En relación con el contexto sociocultural, es fundamental subrayar que la celebración del centenario del Elche Club de Fútbol trasciende el ámbito deportivo para convertirse en una cuestión de identidad y patrimonio de la ciudad de Elche. El significado emotivo y simbólico que este evento reviste para los seguidores del club es innegable, pero es igualmente importante reconocer que se trata de un hito de gran trascendencia en la historia y la cultura local.

El Elche Club de Fútbol, durante sus 100 años de historia, se ha erigido como uno de los principales símbolos de identidad de la ciudad, aportando un fuerte sentido de pertenencia a los ilicitanos y desempeñando un papel crucial en la proyección de la imagen de Elche a nivel nacional e internacional. Este papel de embajador cultural y deportivo de la ciudad confiere al centenario del club un carácter aún más relevante. En este sentido, la creación de un proyecto de esta índole se presenta en un marco de celebración de gran importancia tanto para el club como para la ciudad. La intención es contribuir a la conmemoración de esta efeméride a través de la difusión y revalorización de la rica historia y la fuerte identidad del Elche C.F., valiéndose de la amplia gama de plataformas digitales disponibles en la actualidad.

Desde un punto de vista deportivo, el Elche C.F. ha trazado una trayectoria sólida y tenaz en el fútbol español. El club ha competido durante numerosas temporadas en la Segunda División y ha logrado, en repetidas ocasiones, ascender a LaLiga Santander, la máxima división del fútbol nacional. Este hecho, combinado con la fervorosa pasión que despierta el club entre una amplia base de seguidores y aficionados, que ven en el Elche C.F. una fuente de orgullo e identidad, subraya la relevancia de este proyecto transmedia.

No obstante, es importante mencionar que el contexto deportivo previsto inicialmente durante la concepción del proyecto ha cambiado drásticamente. El escenario idílico que se vislumbraba con la celebración del centenario y el encadenamiento de la tercera temporada consecutiva en Primera División se ha visto ensombrecido por los recientes reveses deportivos.

Los malos resultados del equipo han desembocado en un descenso de categoría, un acontecimiento que ha causado una profunda decepción entre muchos seguidores y ha generado un clima de desilusión. Este descenso, más allá de las implicaciones deportivas, ha supuesto un duro golpe emocional para la afición, cuyas expectativas de una celebración del centenario en la élite del fútbol español se han visto frustradas.

Este cambio en la situación deportiva del Elche C.F., lejos de disminuir la relevancia de nuestro proyecto, añade una capa extra de complejidad y significado a nuestra narrativa. A través del documental y el ecosistema mediático transmedia, se puede ofrecer un espacio para reflexionar sobre este momento crítico en la historia del club, poner en perspectiva los logros y desafíos de su centenaria existencia, y reafirmar la identidad y resiliencia de la afición frente a las adversidades.

Sin embargo, la decepcionante trayectoria del equipo en la última temporada puede haber influido en la escasez de conmemoraciones significativas que usualmente acompañan un hito tan importante como un centenario. Es posible que los malos resultados hayan opacado la ocasión y reducido la motivación para celebrar y repasar los 100 años de historia del Elche. En particular, no se han realizado muchos proyectos para conmemorar este acontecimiento de manera extensa y, menos aún, en un formato transmedia que capitalice las oportunidades actuales de difusión y participación de la audiencia.

No obstante, es importante destacar que se han producido algunas notables contribuciones en este sentido. Una de las principales obras publicadas con motivo del centenario del club es el libro "Memorias de un centenario", escrito por Santiago Gambín, un periodista local de renombre y un verdadero baluarte de la crónica deportiva en Elche. Este libro ofrece un recorrido exhaustivo y apasionante por la historia del club, aportando un gran valor documental y testimonial.

En este sentido, debemos subrayar la estrecha colaboración de Gambín con nuestro proyecto. No sólo ha aportado su conocimiento como uno de los entrevistados del documental, sino que su libro ha sido una de las principales fuentes de información y estructura para los contenidos del documental y del ecosistema mediático transmedia. Así, "Memorias de un centenario" ha actuado como una especie de guía en nuestra exploración de la centenaria historia del Elche C.F., ayudándonos a contextualizar y dar forma a nuestra narrativa.

En el ámbito audiovisual, no se han realizado iniciativas similares que busquen realizar un recorrido exhaustivo de la historia del Elche C.F., más allá de algunos minirreportajes especiales emitidos en el programa "A todo Gol" de TeleElx, o algunas publicaciones conmemorativas compartidas en las redes sociales del club. Estas piezas, aunque valiosas, no proporcionan un análisis profundo y amplio que logre captar la complejidad y la riqueza de la historia del equipo.

Para encontrar un proyecto de similar envergadura debemos mirar hacia nuestro eterno rival, el Hércules C.F., que también ha celebrado recientemente su centenario en 2022. El club alicantino, de la mano de la cadena autonómica À Punt, produjo un documental de 62 minutos de duración titulado "*Hèrcules, 100 anys d'un mite*". Este trabajo, al igual que nuestro proyecto, ofrece un recorrido por los 100 años de historia del conjunto, permitiendo a los espectadores profundizar en la trayectoria del equipo.

Este tipo de iniciativas demuestran el valor y el interés que puede generar un documental que repase la historia de un club de fútbol, especialmente en el contexto de una efeméride tan significativa como un centenario. En el caso de nuestro documental, la incorporación de un ecosistema transmedia aporta un valor añadido, al permitir la ampliación de contenidos y la mayor participación de la audiencia, reforzando la identidad y la conexión de los seguidores con el Elche C.F.

Por lo tanto, y a pesar del doloroso descenso del equipo, nuestro proyecto se posiciona como una aportación relevante y necesaria para la conmemoración del centenario del Elche C.F., y puede contribuir a fomentar el sentimiento de orgullo y pertenencia entre los aficionados, especialmente en tiempos de adversidad.

## 2.2 Evolución del concepto de narrativas transmedia

El concepto de narrativa transmedia fue acuñado por el académico estadounidense Henry Jenkins en 2003. Aunque en sus orígenes estaba vinculado a la ficción y a las narraciones en el ámbito de la cultura popular, el término ha evolucionado para englobar también proyectos documentales y periodísticos.

La narrativa transmedia se basa en la idea de que una historia puede ser contada de manera más rica y completa a través de múltiples medios y plataformas, permitiendo a la audiencia acceder a distintos puntos de vista y explorar diferentes aspectos de la temática tratada. El propio Jenkins desarrolla este concepto en su libro *“Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación”* como “una nueva estética que ha nacido a consecuencia de la convergencia de los medios”, definiendo esta práctica como “el arte de crear mundos” (Jenkins, 2006).

Por su parte, la catedrática Carmen Peñafiel define este tipo de narrativa como una “forma de comunicar y distribuir mensajes sobre cualquier tema aprovechando la convergencia de formatos y plataformas a públicos diversos posibilitando un proceso de interacción por parte del usuario” (Peñafiel, 2016)

En la actualidad, la industria mediática se encuentra en un proceso de constante transformación, impulsada por los avances tecnológicos y la globalización. La digitalización de los medios de comunicación y la proliferación de dispositivos móviles han llevado a la convergencia mediática y a la aparición de nuevos formatos y lenguajes narrativos (Flores y Renó, 2018). Esta diversificación de plataformas y medios ha propiciado un escenario en el que los contenidos se expanden, se complementan y se enriquecen a través de diferentes soportes y formatos.

En este sentido, la narrativa transmedia se presenta como una oportunidad para que los periodistas y documentalistas amplíen su alcance y profundicen en sus investigaciones, ofreciendo experiencias más inmersivas y participativas a su audiencia.

Sin embargo, un proyecto transmedia no solo consiste en fragmentar y adaptar los contenidos a diferentes plataformas; también requiere una estrategia que motive a la audiencia a participar activamente en el relato informativo, instándola a pasar de un soporte a otro para completar el recorrido propuesto (Peñafiel, 2016). Se trata, en última instancia, de fidelizar a nuestra audiencia, estableciendo una relación duradera que perdure más allá del simple consumo de contenidos.

Es importante diferenciar entre los conceptos de narrativa "transmedia" y "crossmedia". Aunque ambos términos involucran la dispersión de una narrativa a través de diferentes plataformas y medios, existen diferencias fundamentales en cuanto a la estructura y el enfoque de las mismas.

El enfoque "crossmedia", por su naturaleza, requiere que los usuarios interactúen con todas las piezas textuales para comprender la totalidad del relato. Es decir, la historia o la información se divide en partes, cada una de las cuales se distribuye a través de un medio o plataforma diferente, y cada fragmento es una pieza esencial del rompecabezas. Los usuarios deben recopilar y unir todas las piezas para obtener una visión completa (Guerrero-Pico & Scolari, 2016).

En contraste, la narrativa transmedia ofrece una estructura más flexible y orientada al usuario. Cada medio o plataforma presenta una "puerta de entrada" diferente a la historia, y no es necesario interactuar con todas para disfrutar de una experiencia completa. Cada medio proporciona su propia contribución única a la narrativa, ofreciendo una perspectiva o aspecto diferente de la historia que puede ser apreciado por sí mismo (Guerrero-Pico & Scolari, 2016). Esto permite a los usuarios interactuar con la historia o el contenido en sus propios términos, eligiendo las plataformas o medios que más les atraigan, sin temor a perderse una parte crucial de la historia.

Así, mientras que el crossmedia pone el énfasis en el recorrido obligatorio por todas las plataformas para completar el relato, el transmedia se concentra en brindar experiencias significativas y completas a través de cada medio individual, incentivando al usuario a explorar más si así lo desea, pero no castigándolo por no hacerlo. En el contexto de nuestro proyecto sobre el centenario del Elche Club de Fútbol, hemos adoptado un enfoque transmedia, que permite a los aficionados

interactuar con la historia del club de manera flexible, proporcionándoles diversas puertas de entrada al contenido en función de sus intereses y su compromiso.

## **2.3 Problemas detectados**

En el proceso de análisis previo a la creación del documental y la concepción del ecosistema mediático complementario, se identificaron varios problemas que justifican y motivan la realización de este proyecto. A continuación, se expondrán los principales problemas detectados en relación con el Elche Club de Fútbol, su centenario y la vinculación con la ciudad y sus aficionados.

**a) Falta de contenidos relacionados con el Elche C.F.:** Durante la investigación preliminar, se constató la escasez de contenidos multimedia y documentales centrados en el Elche C.F. y su historia. Esta carencia dificulta la difusión y el conocimiento del legado del club, lo que genera un vacío informativo en cuanto a la evolución y trayectoria del equipo a lo largo de sus 100 años de existencia.

**b) Acceso limitado a contenidos exclusivos:** Los seguidores más leales del Elche C.F. buscan contenido exclusivo y en profundidad sobre el club, más allá de lo que se ofrece en los medios de comunicación habituales. Sin embargo, este contenido puede ser difícil de encontrar o de acceder.

**c) Escasez de actos o contenidos conmemorativos del centenario del club:** Al cumplirse un siglo de historia del Elche C.F., se esperaría una amplia gama de actividades y contenidos por parte del club para celebrar y conmemorar dicho hito, más aún celebrando el equipo la campaña en Primera División. Sin embargo, se ha observado una falta significativa de iniciativas en este sentido, lo que subraya la necesidad de abordar este tema a través de un proyecto de esta naturaleza que promueva y difunda la historia del club.

**d) Desvinculación del club con las tradiciones y la ciudad:** Desde que el propietario Christian Bragarnik (primer dueño foráneo en la historia del Elche C.F.) tomó el control de la institución franjiverde, se ha percibido un alejamiento del club

respecto a sus tradiciones y su relación con la ciudad y sus habitantes. Esta desvinculación ha generado preocupación entre los aficionados y la comunidad local, quienes sienten que el equipo ha perdido parte de su esencia e identidad.

**e) Desconexión emocional de muchos aficionados ante los resultados recientes del equipo:** El club ha pasado por altibajos en su historia, y estos momentos pueden haber causado división entre los seguidores. Recientemente, se ha consumado el descenso de categoría del equipo a Segunda División del fútbol nacional, lo que ha provocado la decepción y el descontento de muchos aficionados que, ante esta situación, han perdido interés en el equipo.

**f) Desconocimiento de la afición hacia personalidades del equipo:** Uno de los problemas detectados es el relativo desconocimiento por parte de muchos seguidores acerca de los jugadores que han formado parte del club. A pesar de ser seguidores leales y apasionados, muchas veces estos aficionados carecen de la información completa y detallada sobre los jugadores que han vestido la camiseta franjiverde a lo largo de los años. Este desconocimiento no se limita solo a los jugadores menos mediáticos, sino que también abarca aspectos desconocidos de los futbolistas más destacados o detalles y anécdotas de momentos importantes en la historia del club. En un contexto en el que el Elche C.F. no goza de la misma cobertura mediática que otros clubes de mayor envergadura en el fútbol español, este problema puede resultar aún más pronunciado.

## **2.4 Soluciones aportadas**

Para abordar los problemas detectados en relación con el Elche Club de Fútbol, su centenario y la vinculación con la ciudad y sus aficionados, se ha diseñado un proyecto transmedia que ofrece diversas soluciones y beneficios. A continuación, se describen las principales soluciones aportadas por este enfoque:

**a) Creación de un ecosistema mediático integrado:** La implementación de un proyecto transmedia permite la creación de un ecosistema mediático que integra diversos formatos y plataformas, como la página web, el canal de YouTube y los perfiles en redes sociales. De esta manera, se facilita la difusión de contenidos

relacionados con el documental y la historia del club, lo que contribuye a paliar la falta de información y materiales sobre el Elche C.F.

**b) Acceso a contenidos exclusivos:** A través del ecosistema mediático, se pone a disposición de los aficionados y cualquier interesado en el tema una amplia gama de contenidos exclusivos. Estos incluyen entrevistas con personalidades relevantes en la historia del club, documentos históricos, fotografías y vídeos que ilustran la evolución del Elche C.F. a lo largo de su centenario.

**c) Fomento de la interacción y participación del público:** El proyecto transmedia permite que los seguidores del club y otros interesados se involucren de manera activa en la difusión y el debate sobre la historia del Elche C.F. y su centenario. Las plataformas y redes sociales integradas en el ecosistema mediático facilitan la interacción entre los usuarios, lo que promueve el intercambio de opiniones, recuerdos y experiencias en torno al club y su legado.

**d) Rescate y promoción de la identidad y el sentido de pertenencia:** Al ofrecer un espacio donde se difunden y celebran los logros, las tradiciones y la historia del Elche C.F., el proyecto transmedia contribuye a reforzar la identidad y el sentido de pertenencia de los aficionados y la comunidad local. Esto resulta especialmente importante ante la desvinculación del club con las tradiciones y la ciudad, permitiendo que los seguidores se sientan más conectados con su equipo y su historia.

**e) Reconexión con muchos aficionados decepcionados:** Nuestro proyecto busca fomentar la reconexión emocional de los aficionados con el club a través de una revisión a lo largo de su centenario de historia. Al recoger y presentar las historias personales y anécdotas de los jugadores, directivos y aficionados que han vivido los momentos más emblemáticos del club, buscamos recordar a los seguidores el verdadero espíritu del Elche C.F., más allá de los resultados deportivos y volver a despertar el interés por el equipo en aquellos aficionados que, tras los malos resultados recientes, se alejaron del club. El proyecto servirá como una forma de reconocer y honrar el patrimonio del club, su rica historia y los valores que han definido su carácter a lo largo de los años.

**f) Conocimiento y conexión con las personalidades del equipo:** La realización de entrevistas detalladas con personalidades significativas que han formado parte del club ofrecen a los aficionados una visión interna y personal de aquellos que han contribuido a la historia del Elche C.F. Además, nuestros reportajes se centrarán en desentrañar historias menos conocidas, anécdotas y detalles sobre momentos importantes en la historia del club. De este modo, los seguidores tendrán la oportunidad de conocer mejor a las figuras que han sido parte integral del club, fortaleciendo así su conexión y su sentido de pertenencia a la comunidad franjiverde.

## **2.5 Análisis del mercado**

Para garantizar el éxito del proyecto transmedia y del ecosistema mediático relacionado con el documental sobre el centenario del Elche Club de Fútbol, es fundamental llevar a cabo un análisis del mercado y comprender los distintos segmentos de clientes y el tamaño potencial de dicho mercado. A continuación, se presentan los principales segmentos de clientes identificados y se analiza el tamaño del mercado potencial.

### **a) Segmentos de clientes:**

- **Aficionados del Elche C.F.:** Este segmento incluye a aquellos seguidores del equipo, tanto locales como nacionales e internacionales, que deseen conocer más sobre la historia del club, sus logros y sus tradiciones. Este grupo de clientes es el principal objetivo del proyecto y, por tanto, el contenido debe ser especialmente relevante y atractivo para ellos.
- **Aficionados al fútbol en general:** Además de los seguidores específicos del Elche C.F., el proyecto también puede resultar de interés para los aficionados al fútbol en general, quienes podrían encontrar atractivos los contenidos relacionados con la historia del club y su evolución a lo largo de los años.

- **Comunidad local y regional:** Residentes de Elche y la región circundante que, aunque no sean necesariamente aficionados al fútbol, pueden tener interés en la historia y la cultura de su ciudad y su entorno.
- **Investigadores y académicos:** El material presentado en el documental y el ecosistema mediático puede ser de utilidad para investigadores y académicos interesados en la historia del fútbol, la evolución de los clubes deportivos y sus relaciones con las comunidades locales.
- **Medios de comunicación:** Los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales pueden encontrar en el proyecto transmedia una fuente de información valiosa y exclusiva sobre el Elche C.F. y su centenario, lo que podría generar oportunidades de colaboración y difusión del contenido.

#### **b) Tamaño del mercado potencial:**

Realizar una estimación numérica del tamaño del mercado potencial es un desafío debido a las múltiples variables a tener en cuenta y a la dificultad de prever el interés exacto en los contenidos del documental. Sin embargo, y a pesar de estas limitaciones, es posible realizar un análisis basado en datos disponibles y variables relevantes que nos permitan obtener una aproximación del potencial alcance del proyecto. Algunas de estas variables incluyen:

- **Habitantes de la ciudad de Elche:** Con aproximadamente 230.000 personas residiendo en la ciudad, se puede considerar que una parte significativa de la población podría tener interés en la historia y el patrimonio local, incluyendo el documental sobre el Elche C.F. y su centenario.
- **Seguidores del Elche C.F. en redes sociales:** El club cuenta con una notable presencia en redes sociales, con 173.000 seguidores en Instagram, 266.000 en Twitter, 12.000 en YouTube y 1,8 millones en TikTok. Estas cifras sugieren un amplio interés en el equipo y sus

actividades, lo que podría traducirse en una base potencial de consumidores para el documental y el ecosistema mediático propuesto.

- **Abonados al Elche C.F.:** La base de abonados del club, que asciende a 25.000 personas, representa un grupo claro de consumidores potenciales para el documental, ya que son individuos con un fuerte vínculo emocional y económico con el equipo. Es razonable asumir que estos abonados estarían interesados en profundizar en la historia del club y celebrar su centenario a través del documental y otros contenidos relacionados.

A partir de estos datos, es posible inferir que el mercado potencial para el documental y el ecosistema mediático asociado podría abarcar un amplio espectro de consumidores. En este sentido, la estimación numérica del mercado potencial puede verse afectada por diversas circunstancias y factores, como la capacidad de captar la atención del público, la eficacia de las estrategias de promoción y la calidad de los contenidos ofrecidos. En cualquier caso, el análisis sugiere que existe un mercado considerable que respalda la viabilidad y potencial de éxito del proyecto, como podemos corroborar si realizamos un análisis TAM, SAM y SOM:

El TAM (*Total Addressable Market*) representa el mercado total disponible para el proyecto, es decir, todas las personas que podrían estar interesadas en los contenidos del documental y el ecosistema de medios. En este caso, el TAM podría incluir el mapa de públicos que hemos establecido anteriormente, es decir, a todos los habitantes de Elche (230.000 personas), a los seguidores del Elche C.F. en redes sociales (que como hemos visto, suman un total de aproximadamente 2,26 millones) y a los abonados al club (25.000 personas).

Es importante tener en cuenta que estos grupos no son mutuamente excluyentes y pueden haber solapamientos entre ellos. Además, el TAM podría ampliarse para incluir a personas interesadas en el fútbol y la cultura deportiva a nivel nacional e internacional, lo que ampliaría considerablemente esta cifra.

El SAM (*Serviceable Addressable Market*) es el segmento del TAM que se puede alcanzar con el producto o servicio propuesto, teniendo en cuenta las limitaciones y restricciones del proyecto. En el caso del documental y el ecosistema mediático, el SAM podría incluir a aquellos consumidores que son más propensos a acceder a los contenidos a través de las plataformas y formatos propuestos (página web, canal de YouTube, perfiles en redes sociales). Esta cifra previsiblemente será inferior al TAM, ya que algunos consumidores podrían no estar interesados en el formato transmedia o tener preferencias distintas en cuanto a la forma de acceder a contenidos relacionados con el fútbol y con el equipo ilicitano. Por lo tanto, para estimar el SAM, podemos establecer una horquilla que represente un porcentaje razonable de estos grupos de consumidores potenciales.

Por ejemplo, podemos considerar que entre el 20% y el 30% de los habitantes de Elche, seguidores en redes sociales y abonados al club estarían interesados en el proyecto. Tomando como referencia el total de 2,26 millones de seguidores en redes sociales y 230.000 habitantes de Elche, podríamos estimar el SAM en un rango entre aproximadamente 498.000 (20%) y 747.000 (30%) consumidores potenciales.

Por último, el SOM (*Serviceable Obtainable Market*) es el segmento del SAM que el proyecto podría alcanzar de manera realista, teniendo en cuenta factores como la competencia, las estrategias de promoción y la capacidad de diferenciación del producto o servicio. Por ello, es posible que no todos los consumidores potenciales estén dispuestos a acceder a los contenidos o prefieran otras fuentes de información y entretenimiento relacionadas con el fútbol y el Elche C.F. El SOM representa el alcance realista del proyecto y su potencial para captar la atención y el interés de los consumidores en el mercado objetivo.

Suponiendo que el proyecto logra captar una atención moderada de un porcentaje de consumidores dentro del SAM, podríamos establecer una horquilla del 10% al 20% para el SOM. Basándonos en las cifras estimadas del SAM (498.000 a 747.000), el SOM podría oscilar entre aproximadamente 49.800 (10% de 498.000) y 149.400 (20% de 747.000) consumidores potenciales.

### c) Establecimiento de objetivos:

Con base en el análisis del mercado y la identificación de los segmentos de clientes, es posible establecer objetivos concretos para alcanzar el mayor número de posibles clientes. Algunos de estos objetivos podrían incluir:

- Incrementar la visibilidad del documental y el ecosistema mediático a través de campañas de marketing y promoción en redes sociales y otros canales de comunicación.
- Establecer alianzas con medios de comunicación y otras organizaciones relacionadas con el fútbol para difundir el contenido y generar interés en el proyecto.
- Ofrecer contenido exclusivo y de calidad que atraiga y retenga a los diferentes segmentos de clientes identificados.

## 2.6 Matriz DAFO

El análisis DAFO es una herramienta estratégica que permite identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del proyecto transmedia centrado en el Elche Club de Fútbol y su centenario. A continuación, se presenta una matriz DAFO que examina los principales aspectos internos y externos relacionados con el proyecto:

### **Debilidades:**

- **Dificultad para obtener imágenes y vídeos de partidos:** Conseguir los derechos y el acceso a material audiovisual de partidos históricos puede resultar complicado y costoso, lo que limita la disponibilidad de contenido multimedia en el ecosistema.

- **Limitaciones de recursos:** El proyecto puede enfrentarse a restricciones de tiempo, personal y presupuesto, lo que afecta la calidad y cantidad de los contenidos generados.
- **Falta de experiencia previa:** Si el equipo de trabajo no cuenta con experiencia previa en proyectos transmedia similares, pueden surgir problemas de coordinación y gestión del proyecto.

#### **Amenazas:**

- **Competencia con otros medios y plataformas:** El proyecto debe competir con una amplia variedad de medios y plataformas que ofrecen contenidos deportivos y de entretenimiento, lo que puede dificultar la captación de la atención del público.
- **Cambios en las preferencias del público:** Los gustos y necesidades de los aficionados y otros segmentos de clientes pueden cambiar rápidamente, lo que obliga al proyecto a adaptarse constantemente para mantenerse relevante.
- **Restricciones legales y regulatorias:** El proyecto ha de cumplir con las normativas aplicables en materia de derechos de autor, privacidad y otros aspectos legales, lo que puede generar dificultades y costes adicionales.

#### **Fortalezas:**

- **Enfoque innovador y diferenciado:** El proyecto transmedia ofrece una propuesta única y original en comparación con otros medios y plataformas, lo que puede generar un mayor interés y captar la atención del público.
- **Contenido exclusivo y de calidad:** Al ofrecer contenidos exclusivos y bien investigados sobre la historia del Elche C.F. y su centenario, el proyecto

puede posicionarse como una fuente de información valiosa y atractiva para los diferentes segmentos de clientes.

- **Flexibilidad y adaptabilidad:** El enfoque transmedia permite adaptar y expandir el ecosistema mediático según las necesidades y preferencias del público, lo que facilita la actualización y mejora constante de los contenidos y la experiencia del usuario.

#### **Oportunidades:**

- **Interés creciente en la historia y la cultura deportiva:** La celebración del centenario del Elche C.F. puede generar un renovado interés en la historia y la cultura deportiva, lo que brinda una oportunidad para captar y fidelizar a nuevos seguidores y clientes.
- **Colaboraciones y alianzas estratégicas:** El proyecto puede establecer alianzas con medios de comunicación, instituciones deportivas y culturales, influencers y otros actores relevantes para expandir su alcance y visibilidad.
- **Aprovechamiento de tecnologías y plataformas emergentes:** El proyecto puede incorporar y aprovechar nuevos formatos de contenidos y plataformas, aprovechando las tendencias de consumo de este tipo de contenidos en la actualidad con el objetivo de llegar al máximo número de personas posible.

### 3. Creación de una identidad visual y de proyecto

#### 3.1. Nombre del proyecto:

En este apartado se presenta el nombre propuesto para la página web, el canal de YouTube y los perfiles en redes sociales creados para la difusión del documental y otros contenidos relacionados con el centenario del Elche Club de Fútbol. El nombre elegido es *Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*

La elección de este nombre se justifica por varias razones:

- **Identificación con el club:** El término "Franjiverdes" hace referencia a los colores representativos del Elche C.F., es decir, el verde y el blanco, y es como se conoce comúnmente a los seguidores del equipo. Al incluir este término en el nombre del proyecto, se refuerza la conexión con la identidad del club y su afición.
- **Pluralidad de voces:** La palabra "voces" en el nombre resalta la diversidad de opiniones, experiencias y testimonios que se recogen en el documental y en los contenidos ofrecidos a través del ecosistema mediático. Esta elección subraya el enfoque inclusivo del proyecto y la importancia de dar voz a diferentes actores relacionados con la historia del club.
- **Referencia al centenario:** Al mencionar "100 años de Elche C.F." en el nombre, se pone de manifiesto la celebración del centenario del club, que es el tema central del documental y los contenidos asociados. Esta referencia ayuda a contextualizar y enmarcar el proyecto dentro de una efeméride relevante para el club y sus seguidores.
- **Memoria e historia:** El nombre propuesto evoca la memoria y la historia del Elche C.F., invitando a los potenciales consumidores a explorar y redescubrir los momentos, los personajes y los eventos más destacados de los primeros 100 años de existencia del club.

### 3.2. Logotipo:

El logotipo de *Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.* ha sido diseñado con el objetivo de ser minimalista y, al mismo tiempo, poseer una carga significativa que represente adecuadamente la esencia del proyecto y la identidad del club. Para ello, se ha empleado una paleta de colores muy característica de la entidad, cuya elección se justificará más detalladamente en un apartado posterior.



Figura 1: Logotipo del proyecto

En primera instancia, llama la atención que el logotipo toma como base la forma del escudo del Elche C.F., lo cual permite establecer una conexión visual directa con el club y facilita el reconocimiento inmediato por parte de la audiencia. Al utilizar esta forma, se refuerza la relación entre el proyecto y la historia del equipo, así como la evidente importancia de la entidad en el documental y los contenidos asociados.

Por otro lado, podemos observar que la mítica franja verde, característica del Elche C.F., está presente en el logotipo, reforzando la identidad visual del club y creando una asociación con el título del documental. La inclusión de la franja verde simboliza la lealtad y la tradición del equipo, aspectos fundamentales en la narrativa del proyecto.

Al mismo tiempo, el logotipo incorpora dentro del escudo las letras V y F, que hacen referencia a las siglas del documental: *Voces Franjiverdes*. Estas letras se presentan con un estilo estilizado, minimalista y elegante, en consonancia con la

estética general que se busca en el proyecto. La utilización de estas siglas destaca la relación entre el logotipo y el contenido central del ecosistema mediático, facilitando la identificación y la conexión con la audiencia.

Por último, el diseño incluye la representación de un balón clásico en color dorado, que simboliza los 100 años de historia de la entidad. El uso del dorado refuerza la conmemoración del centenario y añade un toque distintivo al diseño, mientras que el balón clásico evoca la rica tradición futbolística del Elche C.F.

A su vez, se ha elaborado una versión reducida y simplificada del mismo, que se emplea alternativamente en aquellos diseños donde conviene la presencia de un logotipo más simplificado y menos llamativo, como por ejemplo, la imagen de perfil en las diferentes redes sociales o en el canal de Youtube del proyecto.



*Figura 2: Logotipo alternativo o simplificado*

### **3.3. Eslogan o *claim*:**

El eslogan seleccionado para el proyecto es "100 años de historia narrados por sus protagonistas". Este eslogan ha sido cuidadosamente elegido por su capacidad para sintetizar y encapsular la esencia y los objetivos principales del proyecto. Esta frase aporta una clara indicación de lo que los seguidores y espectadores pueden esperar de este proyecto, ofreciendo una visión de conjunto y estableciendo una expectativa clara.

La primera parte del eslogan, "100 años de historia", refleja el amplio alcance temporal del proyecto, abarcando todo un siglo de existencia del equipo, y nuestra intención de conmemorar el centenario de la institución. También se evoca una

sensación de legado y tradición, dos aspectos que son profundamente importantes para los seguidores del club y para la identidad del equipo en general.

La segunda parte del eslogan, "narrados por sus protagonistas", pone de manifiesto el enfoque centrado en las personas del proyecto. Subraya nuestro compromiso de contar la historia del club a través de las experiencias y recuerdos de aquellos que han formado parte de ella: jugadores, entrenadores, personalidades del club y, por supuesto, los propios aficionados. Este enfoque centrado en las personas humaniza el relato y permite que los seguidores se conecten emocionalmente con el contenido.

### 3.4. Tipografías:

Para garantizar la legibilidad y una estética visual coherente en la página web del proyecto, se ha optado por utilizar las familias tipográficas Montserrat (para todo tipo de textos) y la familia Poppins (para títulos de la página web). La elección de estas familias se basa en una serie de características que las hacen especialmente adecuadas para este tipo de proyectos:

- **Legibilidad y claridad:** *Montserrat* y *Poppins* son tipografías marcadas por su excelente legibilidad y claridad, lo que facilita la lectura y comprensión de los contenidos de la página web. Su diseño geométrico y limpio hace que los textos sean fácilmente accesibles y cómodos para el lector, lo cual es fundamental para mantener el interés y la atención del usuario.
- **Variedad de fuentes:** Estas familias ofrecen una amplia gama de estilos y grosores, desde fuentes ultradelgadas hasta muy gordas. Esta versatilidad permite adaptar la tipografía a diferentes contextos y propósitos dentro de la página web, asegurando una presentación visual atractiva y equilibrada de los contenidos.
- **Personalización y ajuste:** *Montserrat* es una tipografía altamente personalizable y ajustable, lo que permite adaptarla a las necesidades específicas del diseño de la página web y a la identidad visual del proyecto. Esta característica es particularmente valiosa para crear una experiencia de usuario coherente y única en la plataforma.

- **Soporte de caracteres y símbolos:** se trata de unas tipografías que admiten una amplia variedad de caracteres y símbolos, incluyendo cursivas, acentos y la letra "ñ". Esto es esencial para garantizar que los textos en español sean correctamente representados y visualizados, respetando la integridad ortográfica y gramatical del idioma.

### 3.4. Paleta de colores:

La paleta de colores del proyecto juega un papel fundamental en la transmisión de la identidad visual y la conexión emocional con la audiencia. Para lograr una estética atractiva y coherente en todos los componentes del ecosistema mediático, se ha seleccionado una paleta de colores que refleje tanto la identidad del equipo como la conmemoración de su centenario.

Los colores seleccionados y sus significados son los siguientes:

- **Blanco** (#FFFFFF): El blanco representa la pureza, la simplicidad y la elegancia. Su presencia en la paleta de colores es clave, ya que es uno de los colores clásicos del Elche C.F. y simboliza la esencia del equipo. El uso del blanco en los elementos visuales del proyecto proporciona un fondo limpio y claro, permitiendo que los otros colores destaquen y facilitando la legibilidad de los textos.
- **Verde oscuro** (#00713E): El verde oscuro simboliza la estabilidad, la lealtad y el crecimiento. Su inclusión en la paleta de colores refuerza la relación visual con el Elche C.F., ya que es el color característico de la franja verde en la indumentaria del equipo. Además, el verde oscuro contribuye a la percepción de solidez y durabilidad del proyecto, evocando la larga trayectoria y la rica historia del club.
- **Dorado** (#D7C87F): El dorado representa la prosperidad, el éxito y la celebración. Este color se ha elegido especialmente para conmemorar el centenario del Elche C.F., ya que evoca un sentido de logro y trascendencia. La incorporación del dorado en los elementos visuales del proyecto aporta un toque distintivo y sofisticado, remarcando la importancia del centenario y destacando el valor histórico y emocional de los contenidos ofrecidos.

La selección de estos colores tiene como objetivo crear una experiencia visual armoniosa y atractiva en todos los componentes del ecosistema. Al utilizar la paleta de colores de manera consistente y efectiva, el proyecto logra transmitir un mensaje visual unificado y coherente, reforzando su identidad y fortaleciendo la conexión emocional con la audiencia.



*Figura 3: Paleta de colores del proyecto*



## **4. Propuesta editorial:**

### **4.1. Documental audiovisual**

El núcleo del proyecto transmedia es el documental "Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.". Esta obra audiovisual se trata de la primera iniciativa audiovisual de este calibre que se realiza en torno a la historia del club.

Con la elección del título, ya justificada en apartados anteriores, se buscó destacar la esencia misma del documental: las voces que han conformado la historia del Elche, las 21 figuras clave que, con sus experiencias y relatos, han tejido la crónica de este equipo a lo largo de un siglo. El título también alude a la voz en off que acompaña el documental, proporcionando el contexto y actuando como hilo conductor de la narrativa.

Se espera que la duración del documental se sitúe entre los 60 y los 90 minutos, y su estreno está previsto para mediados de septiembre, coincidiendo con el comienzo de la nueva temporada de fútbol. La decisión de estrenarlo en este momento no es azarosa: tras una temporada que ha concluido con el descenso a Segunda División, la llegada de una nueva temporada puede despertar en los seguidores una renovada ilusión y un mayor interés por contenidos relacionados con el equipo. Asimismo, se tiene la intención de organizar un evento de estreno al que serán invitadas todas las personas que han colaborado en el documental a través de sus entrevistas, dando a conocer de este modo el proyecto en un entorno de celebración y reconocimiento.

El documental sigue un enfoque cronológico, estructurándose por décadas desde la fundación del Elche C.F. hasta la actualidad. Este enfoque permite un recorrido detallado y completo a lo largo de la historia del club, explorando sus múltiples altibajos, sus momentos más emblemáticos y su evolución en el fútbol nacional. Como ya se ha mencionado en otros apartados de este trabajo, para elaborar este recorrido histórico, se ha tomado como principal referencia el libro "Memorias de un centenario" del periodista Santiago Gambín, una obra exhaustiva que narra la historia del club.

La estética visual del documental se ha diseñado con especial atención para estar en armonía con la identidad global del proyecto. Se han diseñado una serie de grafismos especialmente producidos para este proyecto, que sirven para transmitir información de manera visual, atractiva e intuitiva. Por ejemplo, se utilizan grafismos como rótulos para identificar a los diferentes entrevistados (ver Figura 4) y ofrecer información para contextualizar los diferentes capítulos que se están tratando. También se han diseñado grafismos para mostrar diferentes datos y estadísticas, como las estadísticas que han cosechado los diferentes exjugadores entrevistados a lo largo de sus respectivas etapas con el conjunto franjiverde.



*Figura 4: Ejemplo de un elemento de rotulación producido para el documental*

El acceso a un vasto repositorio de fotografías, proporcionado en gran parte gracias a la colaboración con la Cátedra Pedro Ibarra de la Universidad Miguel Hernández de Elche, es un elemento crucial en la creación del documental. Este material nos permite explorar los aspectos menos conocidos y los momentos más destacados en la historia del Elche C.F., aportando un nivel de autenticidad que no podría conseguirse de otra manera.

La colección fotográfica, que incluye muchas fotos pertenecientes a Santiago Gambín, es especialmente rica y diversa. Estas fotografías ofrecen un vistazo inigualable a la evolución del club a lo largo de las décadas, desde los primeros días hasta la actualidad. Su valor reside en su capacidad para capturar momentos significativos, permitiendo a los espectadores vislumbrar el pasado y entender mejor la historia del club.

Además de las fotografías, la inclusión de grabaciones antiguas de entrenamientos y partidos significativos, que no están protegidos por derechos de autor, aporta otra dimensión al documental. Estas grabaciones, junto a diferentes locuciones radiofónicas, han sido facilitadas por periodistas deportivos locales como Monserrate Hernández o Paco Gómez, y dan vida a los momentos clave de la historia del club. Nos permiten revivir momentos emocionantes, triunfos y derrotas, proporcionando una inmersión profunda en el pasado.

En conjunto, la utilización de estos valiosos recursos históricos junto con la variedad e importancias de las fuentes que participan, permite al documental ofrecer una visión auténtica y cercana a la historia del Elche C.F., convirtiéndolo en una propuesta única y emocionante para los seguidores del club y los amantes del fútbol.

## **4.2. Propuesta web**

La página web constituye uno de los pilares fundamentales de nuestro proyecto. Esto es debido a que se presenta como un eje central que articula y promociona las distintas facetas del proyecto: el documental, las entrevistas, los reportajes, el canal de YouTube, las redes sociales y el podcast. Además, esta plataforma digital permite expandir y enriquecer el contenido del documental, ofreciendo a los usuarios un acceso directo y diversificado a la amplia gama de recursos y materiales que nos hemos propuesto generar en torno al centenario del Elche Club de Fútbol.

#### **4.2.1. Objetivos de la página web**

Como he mencionado, la página web del proyecto tiene como principal objetivo servir como complemento y anexo del documental, creando un entorno digital donde los usuarios puedan explorar y profundizar en los temas y contenidos presentados en el mismo. Al ofrecer un acceso fácil y directo a entrevistas, reportajes, y contenido exclusivo de nuestro canal de YouTube y podcast, la web amplía el alcance y la profundidad del proyecto, contribuyendo a una experiencia de usuario más completa y enriquecedora.

Un segundo objetivo esencial de la web es promocionar las diferentes partes del proyecto. Al funcionar como una plataforma unificada, la página web facilita la difusión y visibilidad de todos los elementos que conforman el proyecto, creando sinergias entre ellos y potenciando su impacto y alcance. De esta manera, la web contribuye a aumentar la audiencia del documental y los demás formatos, y a generar un mayor interés y participación en las redes sociales y otros canales de comunicación del proyecto.

Por último, pero no menos importante, la web tiene como objetivo informar y educar sobre la historia y el legado del Elche Club de Fútbol durante sus 100 años de historia. Al proporcionar una variedad de contenidos que abordan diferentes aspectos y momentos del club, desde sus inicios hasta el presente, la página web se convierte en un recurso valioso para los aficionados y cualquier persona interesada en la historia del fútbol. De este modo, la web contribuye a preservar y difundir la memoria del Elche C.F., reforzando su identidad y vínculo con la comunidad a la que pertenece.

#### **4.2.2. Diseño y estética de la web**

Para la concepción del diseño y la estética de la página web, he optado por un estilo limpio y minimalista que prima la imagen y facilita la legibilidad. La decisión de elegir un diseño de este tipo surge de la intención de crear un ambiente visualmente atractivo y despejado que permita a los usuarios concentrarse en el contenido sin distracciones innecesarias. Un diseño minimalista, además de ser

tendencia en la actualidad, ayuda a realzar el contenido y a guiar al usuario de manera intuitiva a través de la página.

Esta elección estética también está alineada con la identidad visual que hemos construido para el proyecto en anteriores apartados del trabajo. Hemos procurado que el diseño de la web refleje y refuerce esta identidad, creando una coherencia visual que fortalece la marca del proyecto y facilita su reconocimiento. De esta manera, los colores, las tipografías y los elementos gráficos utilizados en la web están en sintonía con los de los demás componentes del proyecto, generando un conjunto armonioso y unificado.

El predominio de la imagen en el diseño de la web no es casual. La historia del Elche C.F. es rica y variada, y las imágenes históricas tienen un gran potencial para transmitir de manera impactante y emocional este legado. Gracias a la colaboración de la Cátedra Pedro Ibarra de la Universidad Miguel Hernández, hemos tenido acceso a un valioso archivo de imágenes históricas del club, que hemos utilizado como recurso visual en la página. Estas imágenes no solo aportan valor estético, sino que también ayudan a contextualizar los contenidos y a conectar emocionalmente con los usuarios. En definitiva, el diseño de la web es una herramienta estratégica que contribuye a transmitir los mensajes que buscamos de la mejor manera posible.



*Figura 5: Página de inicio de la web*

### 4.2.3. Estructura (secciones)

La página web del proyecto "Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F." se estructura en diversas secciones, cada una con un propósito y contenido específico, diseñadas para facilitar la navegación y mejorar la experiencia del usuario:

- La sección principal o "Inicio" ofrece una visión general del proyecto, incluyendo información básica sobre el mismo y el tráiler del documental. Esta página de bienvenida sirve como punto de entrada para los usuarios, proporcionándoles un primer contacto con el proyecto y despertando su interés por explorar más a fondo.
- La sección "Sobre el proyecto" proporciona una descripción detallada de la iniciativa *Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*, explicando las fortalezas del documental y los componentes del equipo que hemos trabajado en su realización. Esta sección ayuda a contextualizar el proyecto y a establecer una conexión personal con los usuarios, mostrándoles quiénes son las personas detrás del trabajo.
- La sección "Entrevistas" alberga fragmentos transcritos de las entrevistas realizadas a diversas personalidades relacionadas con el Elche C.F. En esta sección, los usuarios pueden acceder a valiosos testimonios de primera mano que arrojan luz sobre la historia y la evolución del club.
- La sección "Reportajes" está dedicada a la publicación de artículos que exploran diferentes capítulos de la historia del Elche C.F. Estos reportajes permiten a los usuarios profundizar en aspectos específicos del club y adquirir un conocimiento más detallado y completo.
- Finalmente, la sección "Podcast" es el espacio donde se publican los diferentes capítulos del podcast del proyecto, que abordan una variedad de temas relacionados con el Elche C.F. Esta sección ofrece a los usuarios una

forma alternativa y atractiva de interactuar con el contenido del proyecto y de participar en la celebración del centenario del club.

#### **4.2.4. Metodología empleada en su creación**

La creación de la web ha implicado una serie de decisiones estratégicas y técnicas. La primera y una de las más importantes fue la elección de la plataforma para su desarrollo. Tras una cuidadosa consideración, las opciones se redujeron a Wordpress y Wix, ambas reconocidas por su capacidad para facilitar la creación de sitios web de alta calidad.

Wordpress es una plataforma versátil y estandarizada, ampliamente utilizada en todo el mundo, pero también con una complejidad inherente que puede generar problemas y dificultades durante el proceso de desarrollo. Por otro lado, Wix ofrece una interfaz intuitiva y fácil de usar que permite crear páginas web visualmente atractivas y eficientes sin requerir conocimientos técnicos avanzados.

Finalmente, optamos por utilizar Wix debido a su simplicidad y la facilidad de uso de la plataforma para desarrollar páginas como la nuestra. Esto me ha dado la oportunidad de poder centrarme en el contenido y la estética de la web, más que en cuestiones técnicas.

El sitio se ha diseñado desde cero, sin el uso de plantillas predefinidas, utilizando las diferentes opciones y herramientas proporcionadas por el editor de Wix. Este enfoque me ha permitido tener un control total sobre el diseño de la web y adaptarlo a nuestras necesidades específicas.

Para potenciar la credibilidad y la profesionalidad del proyecto, adquirimos el plan COMBO de Wix por 10€ al mes. Este plan nos proporciona un dominio personalizado ([www.vocesfranjiverdes.com](http://www.vocesfranjiverdes.com)), elemento esencial para transmitir seriedad y credibilidad. Además, este plan nos garantiza una mayor accesibilidad al servicio técnico de Wix, lo que nos permite resolver rápidamente cualquier problema técnico que pueda surgir durante la operación de la web.

#### **4.2.5. Versión para dispositivos móviles**

En la era actual de la tecnología y la digitalización, la adaptabilidad de un sitio web a dispositivos móviles es de vital importancia. La proliferación de *smartphones* y *tablets* ha cambiado radicalmente la forma en que interactuamos con el contenido digital. Con esto en mente, hemos implementado una versión de nuestro sitio web que está completamente adaptada a este tipo de dispositivos móviles.

Esta versión ha sido diseñada con la intención de asegurar que la experiencia del usuario sea tan fluida y satisfactoria como en la versión de escritorio. Se ha mantenido la misma estética y se han preservado las mismas funcionalidades, pero con adaptaciones específicas para las particularidades de la pequeña pantalla. Para ello, se han optimizado los tamaños y las disposiciones de los elementos visuales, se han simplificado algunas interfaces para aprovechar el espacio en pantalla, todo ello sin perder la coherencia con la versión de escritorio.

La creación de esta versión móvil no solo demuestra nuestra atención a la accesibilidad y a la usabilidad, sino que también representa nuestra comprensión de las tendencias actuales de consumo de medios digitales. Asegurándonos de que nuestro sitio web sea accesible y fácil de usar en cualquier dispositivo, estamos maximizando su alcance y facilitando que cualquier interesado en el Elche C.F. pueda interactuar con nuestro contenido, independientemente del dispositivo que utilice.

#### **4.3. Propuesta de redes sociales**

En el entorno contemporáneo, donde los medios digitales y la comunicación en línea son una parte integral de la vida diaria, la presencia en las redes sociales se ha convertido en una necesidad indiscutible. Para un proyecto como este, las redes sociales no solo pueden sernos de utilidad para ampliar nuestros canales de difusión y comunicación, sino también para expandir la notoriedad y la visibilidad del proyecto a un público más amplio y diverso.

Además, las redes sociales nos ofrecen una amplia variedad de herramientas analíticas que permiten monitorizar y medir la repercusión y el impacto de nuestro proyecto. Estos indicadores, como el alcance o el *engagement*, nos proporcionan información valiosa sobre la interacción de la audiencia con nuestro contenido y nos permiten adaptar nuestras estrategias de difusión para maximizar su efectividad.

El uso de estas plataformas también nos facilita acercarnos a nuestro público objetivo de manera más directa y personal. A través de la interacción en las redes sociales, podemos entender mejor las necesidades e intereses de nuestra audiencia.

Para este proyecto, hemos elegido tener presencia en cuatro de las principales redes sociales: YouTube, Instagram, Twitter y TikTok. Cada una de estas plataformas tiene su propia audiencia, su propio estilo y sus propias funcionalidades, y por lo tanto, contribuyen de manera única a la difusión y promoción de nuestro proyecto. En los siguientes subapartados, describiremos en detalle cómo planeamos aprovechar cada una de estas plataformas para apoyar y enriquecer el proyecto.

La estrategia de redes sociales se iniciará en agosto, aprovechando el inicio de las competiciones de fútbol y coincidiendo con las fiestas de Elche. Es en este momento cuando anunciaremos el proyecto y comenzaremos a generar expectación a través de la publicación de diversos materiales promocionales, como teasers, tráilers y anticipos.

La estrategia de publicación alcanzará su punto culminante durante, aproximadamente, la segunda semana de septiembre, en torno a los días 7 y 8, con el estreno del documental y la publicación simultánea de la web. Este hito marcará el comienzo de la publicación regular de contenidos en nuestras plataformas. Cada semana, se publicarán nuevos contenidos para mantener el interés de la audiencia y fomentar su compromiso. No obstante, esta planificación es flexible y está abierta a modificaciones debido a que el proyecto todavía se encuentra en fase de desarrollo.

#### **4.3.1. Canal de Youtube**

La presencia de nuestro proyecto en Youtube se concreta en el canal "Voces Franjiverdes", que se posiciona como uno de los pilares fundamentales en nuestra

estrategia transmedia. Este canal es el recipiente en el que depositamos una de las mayores riquezas de nuestro proyecto: las entrevistas y testimonios que hemos recopilado. A lo largo de nuestra investigación, hemos mantenido conversaciones profundas y reveladoras con numerosas personalidades vinculadas al Elche C.F., lo que nos ha permitido recoger una amplia gama de experiencias y vivencias que abarcan los cien años de la historia del club.

La principal propuesta de valor del canal es el acceso a estas entrevistas, que se publicarán en un formato conciso y cuidadosamente editado. Nos hemos enfrentado al desafío de las largas duraciones de las entrevistas originales, que en la mayoría de casos superan las dos horas, considerando que esta extensión podría resultar excesiva y tediosa para la audiencia. Para solucionar este problema, hemos optado por elaborar versiones resumidas de cada entrevista, de aproximadamente 40-50 minutos, en las que se mantienen las declaraciones más relevantes y significativas ([ver ejemplo](#)). Este formato facilita el consumo del contenido y favorece su difusión, al hacerlo más accesible y ameno para el espectador.

En cuanto a la identidad visual del canal, mi objetivo ha sido asegurar que su diseño y estética sean coherentes con la identidad global del proyecto ([ver diseño del canal en ANEXO 2](#)). Contar con una imagen unificada y reconocible es crucial para potenciar la presencia y el impacto del proyecto, por lo que se ha cuidado el apartado estético en el canal. Este compromiso con la coherencia estética se manifiesta en diversos elementos del canal, desde el logotipo hasta el banner y las miniaturas de los vídeos, que siguen una línea gráfica común que refuerza la identidad del canal..

Respecto a la planificación de los contenidos, he desarrollado una estrategia orientada a maximizar el alcance y engagement de cada pieza. A partir del estreno del documental, previsto para septiembre, hemos establecido un calendario de publicaciones en el que cada domingo, día tradicional de los partidos de fútbol, se publicará una nueva entrevista. Conscientes de la importancia de mantener un ritmo constante de publicación, consideramos que este esquema de difusión, con un lanzamiento semanal, mantendrá la atención de nuestra audiencia y estimulará su interés a largo plazo.

No obstante, la estrategia de contenido para el canal de Youtube no se limita a las publicaciones semanales de las entrevistas. Durante la semana posterior a cada publicación, también compartiremos clips más cortos extraídos de la entrevista completa. Estos fragmentos permitirán destacar ciertos momentos o temas específicos de la entrevista, lo que facilitará la accesibilidad para aquellos usuarios que estén interesados en partes concretas o que no dispongan de suficiente tiempo para ver la entrevista completa. Esta estrategia de "despiece" de contenido ha demostrado ser eficaz en casos de éxito en el mundo de los podcast, como el popular programa "*The Wild Project*", al favorecer las interacciones y facilitar el acceso al contenido.

De esta manera, al combinar el lanzamiento semanal de entrevistas completas con la publicación regular de fragmentos destacados, esperamos ofrecer a nuestra audiencia diferentes formas de interactuar con nuestro contenido y, al mismo tiempo, ampliar la visibilidad y el alcance del proyecto. Estos esfuerzos, pensamos, contribuirán a fortalecer la presencia del canal en Youtube y a consolidar su identidad como una plataforma de referencia para todos aquellos interesados en la rica historia del Elche C.F.

En cuanto a los indicadores clave de rendimiento (KPI), son cruciales para evaluar la eficacia y el alcance de nuestras estrategias en YouTube y nos darán una valiosa información sobre cómo podemos mejorar y adaptar nuestro contenido en el futuro. Estos son los indicadores más relevantes:

- **Visualizaciones de las entrevistas:** Las visualizaciones son el indicador más directo de la cantidad de personas que han tenido contacto con nuestro contenido en YouTube. Nuestro objetivo, como el de cualquier canal, es que este número crezca de manera consistente, lo que indicaría que nuestras entrevistas están llegando a una audiencia cada vez más amplia.
- **Duración media de las visualizaciones:** Es vital que los espectadores no solo hagan clic en nuestros vídeos, sino que también lo vean durante un tiempo significativo. Si notamos que los espectadores abandonan las entrevistas antes de lo que esperamos, puede que tengamos que revisar el formato y adaptar el contenido para hacerlo más atractivo y ameno.

- **Me Gusta y No Me Gusta:** El equilibrio entre "Me Gusta" y "No Me Gusta" nos dará una idea acerca de la recepción del proyecto.
- **Comentarios:** Nos gustaría ver un buen número de comentarios de calidad en nuestros vídeos, ya que esto indicaría que nuestro proyecto está generando conversación y compromiso entre los usuarios.
- **Suscripciones al canal:** Queremos fomentar una base de seguidores leales que estén interesados en nuestro contenido a largo plazo.
- **Compartir:** Nuestro objetivo es crear contenido que la gente quiera compartir con otros. Si nuestros vídeos son compartidos con frecuencia, es una buena señal de que estamos creando contenido valioso y atractivo entre la afición franjiverde.
- **Tasa de clics (CTR):** Este KPI nos permitirá saber si nuestros títulos y miniaturas para los vídeos son atractivos para los espectadores. Un CTR alto nos indicaría que estamos consiguiendo captar la atención de aquellos usuarios, aficionados o no del club, a los que buscamos llegar.

Para medir la evolución de todos estos indicadores, emplearemos la herramienta Youtube Studio diseñada por la plataforma para los creadores.

#### **4.3.2. Perfil de Instagram**

La presencia en Instagram es esencial en nuestro proyecto, dado el alto volumen de usuarios activos en esta plataforma. Con nuestro perfil de Instagram ([@vocesfranjiverdes](#)) esperamos crear un espacio de encuentro digital para los aficionados más acérrimos del Elche C.F., enriquecido con una variedad de contenidos que celebren la historia del club.

En cuanto a los contenidos que planeamos publicar en Instagram, el núcleo de nuestro enfoque es la utilización de fotografías históricas del club, aprovechando así el mayor activo de la plataforma; la imagen. Estas fotografías históricas han sido

generosamente cedidas por la Cátedra Pedro Ibarra de la Universidad Miguel Hernández de Elche, y representan momentos valiosos y memorables en la evolución del Elche C.F. Cada fotografía vendrá acompañada de un texto descriptivo detallado, que proporcionará a los seguidores un contexto histórico y un mayor entendimiento de la importancia de la imagen.

Además, planeamos promover nuestras entrevistas publicadas en nuestro canal de YouTube a través de fragmentos breves de las mismas en Instagram. Al ofrecer a los seguidores una muestra de lo que pueden esperar de las entrevistas completas, esperamos incentivar la visita al canal de YouTube y aumentar la visibilidad de estos testimonios que, como ya se ha comentado, son uno de los activos principales de nuestro proyecto.

Como parte de nuestra estrategia de contenido en Instagram, también pretendemos publicar infografías, como datos relevantes sobre el club, estadísticas que destaquen momentos significativos o récords, o incluso los "11 ideales históricos", elegidos por periodistas de la ciudad que han seguido la trayectoria del club durante muchos años ([ver ejemplos de publicaciones en ANEXO 3](#)). Estas infografías no solo sirven para educar e informar a los seguidores, sino que también añaden variedad a la oferta de contenido y aumentan la atractividad visual del perfil. En términos de diseño y estética, el perfil de Instagram de Voces Franjiverdes se adhiere a la identidad visual del proyecto, asegurando cohesión y continuidad en todas nuestras plataformas.

En última instancia, a través de nuestro perfil de Instagram, buscamos alcanzar y superar uno de los objetivos fundamentales de nuestro proyecto: preservar y difundir la rica historia del Elche C.F., acercándola a todos los aficionados, con especial atención a la generación más joven.

Para nuestro perfil de Instagram, los KPI que nos gustaría monitorizar son los siguientes:

- **Seguidores:** Un crecimiento constante de seguidores sería un indicador de que estamos aumentando nuestra visibilidad y relevancia entre los aficionados del Elche presentes en la plataforma.

- **Interacciones** (Me Gusta, Comentarios y Compartir): Las interacciones son fundamentales en Instagram. Buscamos un alto nivel de "Me Gusta", comentarios y contenido compartido por parte de nuestros seguidores. Esto indicará que nuestros posts son atractivos y están generando compromiso entre nuestros seguidores.
- **Alcance:** Este KPI nos informa sobre el número de usuarios únicos que ven nuestro contenido. Un mayor alcance indica que estamos llegando a una audiencia más amplia.
- **Menciones en historias y publicaciones:** Nuestro objetivo es que nuestro perfil de Instagram sea mencionado o etiquetado en las historias y publicaciones de otros usuarios. Esto significaría un claro interés por parte de nuestros seguidores y nos ayudaría a alcanzar a un público más amplio.
- **Visitas al perfil:** Este indicador nos dará una idea de cuántos usuarios están interesados en saber más sobre nuestro proyecto. Un aumento en las visitas al perfil generalmente indica un interés creciente en nuestro contenido.

La herramienta "Insights" incorporada en la propia aplicación de Instagram nos facilitará el seguimiento y la medida de estos indicadores.

#### 4.3.3. Perfil de TikTok

En la última década, el paisaje de las redes sociales ha evolucionado de manera significativa. TikTok ha surgido como una de las plataformas más populares y rápidamente crecientes en los últimos años, especialmente entre el público más joven. Su enfoque en contenido de video corto y creativo, combinado con su alto potencial de viralización, lo convierte en una plataforma de marketing de contenido altamente efectiva.

Por todo ello, nuestro perfil en TikTok ([@vocesfranjiverdes](#)) tiene como objetivo aprovechar el potencial de esta plataforma para aumentar el alcance y la visibilidad del proyecto Voces Franjiverdes. Al estar en TikTok, podremos llegar a una audiencia más joven, una demografía que ha demostrado ser particularmente activa en esta plataforma. Esto es esencial para cumplir con uno de los objetivos de

nuestro proyecto, que es preservar y difundir la historia del Elche C.F. a la generación más joven de seguidores.

El contenido de nuestro perfil de TikTok estará en línea con el tipo de contenido que ha demostrado ser popular en la plataforma. Esto incluirá fragmentos cortos y atractivos de las entrevistas que subimos a YouTube, presentando momentos interesantes y memorables de las personalidades que han jugado un papel importante en la historia del Elche C.F. Además, produciremos videos que resalten datos históricos y curiosidades sobre el club.

La estrategia de publicación de contenido en TikTok estará estrechamente ligada a nuestro cronograma general de lanzamientos para el proyecto. Planeamos comenzar a publicar en TikTok coincidiendo con el estreno del documental. Esto nos permitirá iniciar nuestra presencia en TikTok con contenido sólido, atractivo y relevante para nuestra audiencia, lo cual es fundamental para captar la atención de los usuarios y establecer un seguimiento inicial.

Una vez que comencemos a publicar, nuestra meta es mantener una frecuencia de publicación regular y constante. Sabemos que la consistencia y la regularidad son cruciales en TikTok, ya que la plataforma favorece a las cuentas que suben contenido frecuentemente. Además, esta estrategia nos permitirá mantener un flujo constante de interacciones y mantener la relevancia y el interés de nuestra audiencia.

Los KPI que buscamos medir son los siguientes:

- **Seguidores:** Del mismo modo que con Instagram, un incremento constante de seguidores sería una señal de que estamos ampliando nuestra visibilidad y relevancia en la plataforma.
- **Me gusta y Comentarios:** Los "Me gusta" y los comentarios en nuestras publicaciones indican que nuestro contenido está generando compromiso entre los usuarios.
- **Visitas de los vídeos:** Al igual que en Youtube, un alto número de vistas indica que nuestro contenido está siendo consumido por una amplia

audiencia. A diferencia de la plataforma de Google, en TikTok es relativamente sencillo lograr un gran número de visualizaciones por vídeo.

- **Vídeos Guardados:** Este medidor nos indica cuántas veces los usuarios han guardado nuestros vídeos. Los vídeos guardados son un fuerte indicativo de contenido valioso, ya que los usuarios desean volver a verlos más adelante.

#### 4.3.4. Perfil de Twitter

Twitter se ha convertido en una herramienta vital de comunicación en el panorama digital actual. Su rápida interacción, la conexión directa con los seguidores y la capacidad para difundir información de manera eficiente lo convierten en una pieza fundamental para cualquier proyecto de comunicación. Nuestro perfil de Twitter ([@vfranjiverdes](#)) ha sido diseñado con el objetivo de utilizar estas ventajas para fomentar el crecimiento y la difusión de nuestro proyecto.

El objetivo primordial de nuestro perfil de Twitter es servir como canal de comunicación constante y en tiempo real con nuestros seguidores. Este propósito se alinea con la naturaleza inmediata de Twitter, donde la información se difunde en cuestión de segundos y los usuarios pueden interactuar al instante. Esperamos mantener un flujo constante de actualizaciones sobre el desarrollo del proyecto, asegurándonos de que nuestros seguidores estén al día y se sientan parte de nuestro crecimiento y evolución.

Twitter también se utilizará como plataforma de difusión para todos nuestros contenidos. Este uso multifacético de Twitter es particularmente relevante en el contexto de nuestro proyecto transmedia, donde diferentes piezas de contenido se publican en múltiples plataformas. Publicaremos enlaces a los artículos y reportajes de nuestra página web, así como a las entrevistas en vídeo en nuestro canal de YouTube. Este enfoque integrado ayudará a mantener a nuestros seguidores informados sobre todas las novedades y les facilitará el acceso a todos nuestros contenidos desde un solo lugar.

Como en las anteriores plataformas, el diseño y la estética de nuestro perfil de Twitter mantiene la coherencia con la identidad visual del proyecto. Respecto a los KPI en los que prestaremos atención, destacan:

- **Seguidores:** Este KPI se medirá por las mismas razones que en las redes sociales anteriores.
- **Impresiones:** Las impresiones (número total de veces que se ha visto un tweet, independientemente de si se ha hecho clic en él o no) nos dan una idea de la visibilidad general de nuestros tweets.
- **Interacciones:** Este indicador incluye acciones como retweets, favoritos, respuestas y menciones. Un alto número de interacciones indica que nuestro contenido está despertando el interés de nuestros seguidores.
- **Menciones:** Es interesante medir cuántas veces nuestro perfil de Twitter ha sido mencionado por otros usuarios de Twitter. Las menciones son una señal de que estamos creando conversación y nos proporcionan una oportunidad para generar comunidad.
- **Clics en los enlaces:** Los clics en los enlaces que publiquemos hacia nuestras otras plataformas son una clara indicación de que los seguidores están interesados en el contenido que estamos compartiendo y desean saber más. También sirven para lograr una afluencia de usuarios a otros perfiles y plataformas del proyecto, incrementando las interacciones en ellas.

## 5. Conclusiones:

El desarrollo de "*Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*" ha sido un proceso lleno de desafíos y aprendizajes. El proyecto ha permitido comprender la importancia de una planificación cuidadosa y detallada a la hora de desarrollar una estrategia de medios transmedia. Desde la creación de la identidad corporativa hasta la elección de los formatos de contenido y las plataformas de distribución, cada decisión ha jugado un papel crucial en la forma en que se intenta transmitir la historia del Elche C.F. a la audiencia.

Uno de los aprendizajes más significativos ha sido la importancia de adaptar el contenido a las características específicas de cada plataforma. Por ejemplo, la forma y contenidos que se narran en el documental difiere de los que se presentan en la web o en las redes sociales, pese a haber contenidos comunes en varias plataformas. Esta adaptabilidad es esencial en un proyecto transmedia, ya que permite que el contenido llegue a una audiencia más amplia y diversa.

Otra lección importante ha sido la constitución de KPIs para la posterior evaluación y mejora continua del proyecto una vez se haga público. Estos indicadores no solo proporcionarán una medida objetiva del rendimiento del proyecto, sino que también ofrecerán información valiosa que podrá usarse para ajustar y optimizar la estrategia de medios.

Respecto a las debilidades y posibles mejoras para el futuro, aunque el proyecto ha tenido un enfoque bastante amplio, se podría haber profundizado en la producción de contenidos más específicos o enfocados en ciertos segmentos de la audiencia, como las peñas. Por ejemplo, se intentó contactar con la Plataforma de aficionados que tuvo un papel importante durante el descenso administrativo del año 2015 pero se negaron a participar.

Además, dado que el proyecto ha dependido en gran medida de la colaboración y el apoyo de terceros para acceder a ciertos materiales y recursos, en el futuro sería beneficioso establecer alianzas y acuerdos formales con estas entidades desde el principio. Esto no solo garantizaría un acceso más seguro y estable a los recursos necesarios, sino que también ayudaría a fortalecer las relaciones con los socios y a generar más apoyo para el proyecto.

Además, la gestión del tiempo ha sido un desafío constante. Con una mejor planificación y mayores apoyos, se podría haber optimizado el tiempo de producción del proyecto para haber logrado su estreno durante la temporada conmemorativa del centenario, la 2022/2023.

En general, "*Voces Franjiverdes: 100 años de Elche C.F.*" ha demostrado que los contenidos deportivos pueden ser transformados y revitalizados a través de una estrategia de medios transmedia bien ejecutada. Aunque todavía hay áreas de mejora y falta por vislumbrar el rendimiento que tendrá cuando se estrene, el proyecto ofrece una base sólida sobre la que construir y expandir en el futuro.



## Referencias:

Jenkins H. (2006): [\*Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación\*](#)

Scolari C.A. (2014): [\*Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital\*](#)

Peñafiel, C. (2016): [Reinvención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. AdComunica, 163-182.](#)

Guerrero-Pico, M. & Scolari, C.A. (2016): [Transmedia storytelling and user-generated content: A case study on crossovers. Cuadernos.info, \(38\), 183-200.](#)

Flores J.& Renó D. (2018): [Periodismo transmedia. Ria Editorial p. 10-11.](#)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Narrativa\\_transmedia#Historia](https://es.wikipedia.org/wiki/Narrativa_transmedia#Historia)



## Índice de figuras:

- Figura 1: Logotipo del proyecto. Fuente: elaboración propia (Junio, 2023).
- Figura 2: Logotipo alternativo o simplificado. Fuente: elaboración propia (Junio, 2023).
- Figura 3: Paleta de colores del proyecto. Fuente: elaboración propia (Junio, 2023).
- Figura 4: Ejemplo de un elemento de rotulación producido para el documental. Fuente: elaboración propia (Junio, 2023).
- Figura 5: Página de inicio de la web. Fuente: elaboración propia (Junio, 2023).



## **ANEXO 1: Listado de entrevistas realizadas**

### **Miembros del equipo:**

- Benjamín Belmar "Benja" (ex-jugador)
- Carlos Maciá Bonet (ex-jugador y ex-entrenador)
- Claudio Barragán (ex-jugador y ex-entrenador)
- Edu Albacar (ex-jugador)
- Eloy Jiménez (ex-jugador)
- José Antonio Morante "Lico" (ex-jugador y ex-entrenador)
- José Ramón García Requena "José Ramón II" (ex-jugador)
- Marcia Pina (ex-jugador y ex-entrenador)
- Miguel Quirant (ex-jugador)
- Miguel Recio (ex-jugador)
- Roberto Aldavert "Robi" (ex-jugador)

### **Miembros de la directiva:**

- Desiderio Esquitino (hijo de José Esquitino, ex-presidente)
- José Sepulcre Coves (antiguo presidente y máximo propietario)

### **Periodistas:**

- Jerónimo Tormo (periodista)
- José María Pallarés Ripalda (periodista)
- José María Priego (periodista)
- Juan Carlos Romero (periodista e hijo del mítico jugador Ángel Romero)
- Monserrate Hernández (periodista)
- Paco Gómez (periodista)
- Santiago Gambín (periodista)
- Valentín Medina (periodista)

## ANEXO 2: Diseños empleados en el canal de Youtube

Estética del canal:



Diseño de miniaturas:



## ANEXO 3: Ejemplos de publicaciones para el perfil de Instagram

### Ejemplo 1: Curiosidades históricas



**VF**

# TEMPORADA 1963-1964

MEJOR RESULTADO DE LA HISTORIA DEL ELCHE CF EN PRIMERA DIVISIÓN

	P	V	E	D	DG	PTS
Real Madrid C.F.	30	22	2	6	38	46
F.C. Barcelona	30	19	4	7	36	42
Real Betis	30	15	7	8	11	37
Real Zaragoza	30	14	6	10	10	34
Elche C.F.	30	13	7	10	4	33

**Texto:** El Elche, desgraciadamente, ha firmado este año una de sus peores temporadas históricas en Primera División del fútbol español. Pero, ¿sabes cuál fue la mejor? Nos remontamos a la temporada 1963-64, bajo la dirección de Heriberto Herrera. El Elche formó un equipo de ensueño, con nombres que todavía resuenan en la memoria de los aficionados: Pazos, Chanco, Iborra, Quirant, Ramos, Forneris, Cardona, Lezcano, Eulogio, Romero y Oviedo.

Equipos de la talla del Real Madrid, Español, Valencia, Atlético de Madrid, Zaragoza o Sevilla sucumbieron ante el poderío de aquel Elche en el Estadio de Altabix. En mitad de la temporada, el club se encontraba en una intensa lucha por el título de la liga con el F.C. Barcelona. Sin embargo, una serie de resultados desfavorables en el tramo final relegó al

Elche al quinto puesto, pero eso no empañó la brillantez de su actuación a lo largo de la temporada.

La excepcional temporada del Elche no pasó desapercibida para otros clubes de renombre. Heriberto Herrera fue fichado por la Juventus, mientras que Enrique Cardona fue adquirido por el Atlético de Madrid, aportando 15 millones de las antiguas pesetas a las arcas blanquiverdes. Para llenar el vacío dejado por estas sensibles bajas, el Elche incorporó a jugadores de la talla de Canós, Curro, Vavá, Llompart, Marcial y José María, así como al entrenador canario Rosendo Hernández. A pesar de los cambios, el recuerdo de esa mágica temporada 1963-64 perdura en la historia del Elche CF.

¿Conocías esta historia? ¿Crees que puede llegar a repetirse un resultado así? Os leemos.

### Ejemplo 2: El 11 ideal

**VF**

# EL 11 IDEAL

## DE MONSERRATE HERNÁNDEZ

1	W. CABALLERO
21	EDU ALBACAR
18	PELEGRÍN
05	GONZALO VERDÚ
15	J. LUIS REDONDO
5	RIVERA
24	PASALIC
7	NINO
22	JONATHAS
16	FIDEL
9	LUCAS BOYÉ

**Texto:** Monserrate Hernández lleva ya más de una década contándonos la actualidad del Elche CF a través de los micrófonos de Onda Cero Elche. Hoy conocemos su 11 ideal histórico del equipo.

¿Estás de acuerdo con él? ¡Déjanos en los comentarios cual es el tuyo!

### Ejemplo 3: Efemérides



**Texto:** ⏪ Retrocediendo en el tiempo este 29 de junio para celebrar un día que marcó la historia del Elche CF. En 1997, nos enfrentamos al Barakaldo en un partido que quedaría grabado en nuestros corazones. Ese día, nos aseguramos un lugar en Segunda. 🏆🏀

Aquella victoria por 1-0 en el Polideportivo Lasasarre no solo significó el ascenso, también reafirmó nuestro espíritu luchador y nuestra vuelta al fútbol profesional ❤️🌑