



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”.**

AUTOR: MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO

TUTOR: EC. CARLOS ORTIZ NOVILLO MSC.

GUAYAQUIL 2018-2019



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA						
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN						
TÍTULO Y SUBTÍTULO	"EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018".					
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ITURRALDE TENORIO MARINA ELIZABETH					
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	CARLOS ORTIZ NOVILLO					
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL					
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL					
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:						
GRADO OBTENIDO:	LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL					
FECHA DE PUBLICACIÓN:						
ÁREA TEMÁTICA:	SOCIAL					
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS :	Radio online, comunicación, masiva, comunidad, redes sociales					
RESUMEN/ ABSTRACT: La idea de este proyecto de titulación, es dar a conocer como el fútbol femenino ha crecido no tan rápido en la actualidad, debido a los obstáculos sociales y culturales; los cuales no han permitido la difusión de esta práctica realizada también por mujeres, mejorar las condiciones de información en los medios de comunicación, será la base para dar a conocer esta disciplina antigua y que es practicada por féminas. Creando un espacio radial online especializado con temas de fútbol, diseñado con ideas muy originales basándonos en una nueva exigencia en la producción radial online de los buenos programas que se difunden a través del internet, buscando que nuestros visitantes nos vean como un programa dinámico y con una estructura establecida dentro de los diferentes formatos y que nos permita en cada una de nuestras emisiones radiales entregar contenidos de interés sobre el balompié femenino.						
ADJUNTO PDF:	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>☒</td> <td>X</td> <td>NO</td> <td>☐</td> </tr> </table>	SI	☒	X	NO	☐
SI	☒	X	NO	☐		
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0979986232 Email: marinaht12@hotmail.com					
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: CARLOS ORTIZ NOVILLO Teléfono: 0984172615 E- mail: carlos.ortizn@ug.edu.ec					



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Guayaquil, 28 de enero de 2019

Habiendo sido nombrado Arq. Torres Llerena Willian Fernando , MSC., tutor del trabajo de titulación “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”. Certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Marina Elizabeth Iturralde Tenorio, con C.I. No.0929797793, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIATURA, en la Carrera de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Arq. Torres Llerena Willian
Fernando , MSC.
C.I. No. 0904875721



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES
NO ACADÉMICOS**

Yo, Marina Elizabeth Iturralde Tenorio con C.I. No. 0929797793, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”.

Son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO
C.I. No

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado Ec. Carlos Ortiz Novillo, Msc., tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Marina Iturralde Tenorio, C.C.: 0929797793, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Se informa que el trabajo de titulación: “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio **URKUND** quedando el ____% de coincidencia.

Foto

Ec. Carlos Ortiz Novillo, Msc.
C.C.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

Guayaquil, 29 de Enero del 2019.

Lcdo.

Julio Cesar Armanza A. MSC.

**DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA FACULTAD COMUNICACIÓN
SOCIAL UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”, del (los) estudiante (s) **MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO** , indicando ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- * El trabajo es el resultado de una investigación.
- * El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- * El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- * El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento. Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

DOCENTE TUTOR

C.C.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

Guayaquil, 29 de enero de 2019

Lcdo.

Julio Cesar Armanza A. MSC.

**DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA FACULTAD UNIVERSIDAD DE
GUAYAQUIL**

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”, del estudiante **Marina Elizabeth Iturralde Tenorio**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 17 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 2005 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos. Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante **MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO** está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

DOCENTE REVISOR

C.C.

DEDICATORIA

A Dios:

Por mantenerme con vida y ser el pilar fundamental en mi vida, cubriéndome con su manto bendito.

A mi Madre:

Vilma Águeda Tenorio Sánchez, mi ejemplo de lucha, que con sus consejos acertados siempre dándome ánimos para luchar en cada batalla de vida, por ese apoyo incondicional en cada decisión TE AMO.

A mis hermanas y sobrino:

Yaira Andreina Jiménez Tenorio – Karla Tiffany Jiménez Tenorio – Yadiel Damián Bravo Jiménez, sin ayuda de ustedes no habría sido posible este título, gracias por su amor adicional y el respeto que me daban cada día.

A mi esposo:

Ronny Alberto Anchico Casierra, mi apoyo, mi seguridad, el hombre que me ayudo a descubrir el verdadero amor, sé que siempre dirás sawabona y yo siempre responderé shikoba.

A mi diamante:

Violet Anchico Iturralde, que me has dado los retos y experiencias más especiales de mi vida desde que llegaste, tu mi motivo y ganas de superación, decirte que este logro es de las dos mi Guerrera, TE AMO.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Guayaquil:

Mi querida Facultad de Comunicación Social, FACSO que me abrió sus puertas permitiéndome adquirir nuevos conocimientos para desenvolverme en el ámbito profesional.

A los docentes:

Que impartieron sus conocimientos durante años en las aulas, con respeto y responsabilidad, al Msc. Jhonny Vargas Flores, por siempre brindarme su apoyo para crecer en conocimientos y sus acotaciones siempre acertadas.

A mi Profe:

Msc. José Vicente Iglesias Huaypatin, por ser un ejemplo de ser humano, por inculcarme la ética profesional y los buenos valores.

A mi tutor:

Ec. Carlos Ortiz Novillo, por su paciencia, responsabilidad y entrega de conocimientos.

A mis compañeros:

Por hacer de mis horas áulicas y de mi vida universitaria muy feliz con cada nueva personalidad que llegaba a desprender sonrisas.

A la Federación Deportivas de Guayas:

Por abrir sus puertas y dejarme conocer la realidad que viven las mujeres que juegan fútbol.

Índice General

CARÁTULA	
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	III
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	IV
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	V
DOCENTE TUTOR	VI
DOCENTE TUTOR REVISOR	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
Índice General	X
Índice de Tablas	XIII
Índice de Gráficos	XIV
Índice de Anexos	XV
RESUMEN	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÒN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Formulación del problema y Sistematización del Problema	4
1.2.1 Formulación del problema	4
1.2.2 Sistematización del Problema	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4 Justificación	5
1.5 Delimitación o alcance de la investigación	7
1.6 Hipótesis	7
1.7 Variables de la investigación	7
1.7.1 Variable dependiente	7
1.7.2 Variable Independiente	7
1.8 Operacionalización de las variables	8
1.8.1 Definición conceptual de las variables	8
1.8.2 Definición real de las variables	8
1.8.3 Definición operacional de las variables	9
	X

CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10
2.3 Marco Contextual	14
2.3.1 Prensa	14
2.3.2 Sociedad.....	15
2.3.3 Medios Digitales	15
2.3.4 Educación futbolística	16
2.4 Marco Conceptual	17
2.5 Marco Legal	20
CAPÍTULO III.....	30
MARCO METODOLOGÍCO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
3.1 Diseño de la investigación.....	30
3.2 Tipos de investigación.....	31
3.2.1 Investigación exploratoria	31
3.2.2 Investigación descriptiva	31
3.3 Metodología de Investigación.....	31
3.3.1 Método teórico	31
3.4 Software que utilizará.....	31
3.5 Técnicas e instrumentos de investigación	32
3.5.1 Encuesta.....	32
3.5.2 Entrevista.....	32
3.5.3 Observación de campo	32
3.6 Población y muestra.....	32
3.6.1 Población.....	32
3.6.2 Muestra.....	32
3.6.3 Cálculo muestral Aleatorio simple	33
3.6.4 Formula de cálculo muestral simple.....	33
3.7 Análisis de los resultados de los Instrumentos de Investigación Aplicados	35
3.7.1 Entrevistas realizadas a expertos	46
3.7.2. Análisis de los instrumentos aplicados.....	52
3.7.2.1 Análisis general de los resultados de las encuestas.....	52
3.7.2.2 Análisis de resultado de las entrevistas realizadas a expertos de Medios de Comunicación.....	53
3.7.2.3. Análisis de resultado de las entrevistas realizadas a expertos de Federación Deportiva del Guayas.....	54
3.7.2.4. Observación De Campo.....	54
3.7.3 Comprobación de la hipótesis	54
CAPÍTULO IV	55
	XI

Propuesta	55
4.1 Diseño de la Propuesta	55
4.2. Objetivos de la Propuesta	56
4.2.1 Objetivo General	56
4.2.2 Objetivos Especificos	56
4.3. Planeación estratégica de la propuesta	57
4.4. Presupuesto global de la propuesta	64
4.5. Modelo de socialización de la propuesta	66
4.6. Eslogan de la propuesta	67
4.7 Afiche	67
Conclusiones	68
Recomendaciones	69
Bibliografía	70

Índice de Tablas

Tabla 1: Definición conceptual de las variables	8
Tabla 2: Definición operacional de las variables	9
Tabla 3: Cálculo de la población y tamaño de la muestra.....	34
Preguntas General	
Tabla 4: Pregunta 1.- Lugar de residencia.....	35
Tabla 5: Pregunta 2.- ¿Cuántas mujeres que conoce practican fútbol? ..	36
Tabla 6: Pregunta 3.- Edad del Informante	37
Preguntas Específicas	
Tabla 7: Pregunta 1.- ¿Le gustaría mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la tv, radio, diarios, revistas o internet? ...	38
Tabla 8: Pregunta 2.- Con qué Frecuencia que sigue el fútbol femenino en los medios de comunicación	39
Tabla 9: Pregunta 3.- ¿Cree que los medios de comunicación en Guayaquil le dan importancia al fútbol femenino?	40
Tabla 10: Pregunta 4.- ¿Cree que los medios debieran dar más espacio al balompié femenino?	41
Tabla 11: Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia sigue a otros deportes -sin contar al fútbol femenino- en los distintos medios?	42
Tabla 12: Pregunta 6.- ¿Cuál o cuáles deportes sigue en los distintos medios de comunicación?	43
Tabla 13: Pregunta 7.- ¿sigue o busca información sobre algún deporte que no sea fútbol femenino en los medios como la TV, radio, diarios, revistas o internet?.....	44
Tabla 14: Pregunta 8.- ¿Encuentra con facilidad información sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación masiva?	45
Tabla 15: Planeación estratégica de la propuesta	57
Tabla 16: Cronograma de actividades	58

Índice de Gráficos

Preguntas General

Gráfico 1: Pregunta 1.- Lugar de residencia 35

Gráfico 2: Pregunta 2.- ¿Cuántas mujeres que conoce practican fútbol? 36

Gráfico 3: Pregunta 3.- Edad del Informante 37

Preguntas Específicas

Gráfico 4: Pregunta 1.- ¿Le gustaría mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la tv, radio, diarios, revistas o internet? ... 38

Gráfico 5: Pregunta 2.- Con qué Frecuencia que sigue el fútbol femenino en los medios de comunicación 39

Gráfico 6: Pregunta 3.- ¿Cree que los medios de comunicación en Guayaquil le dan importancia al fútbol femenino? 40

Gráfico 7: Pregunta 4.- ¿Cree que los medios debieran dar más espacio al balompié femenino? 41

Gráfico 8: Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia sigue a otros deportes -sin contar al fútbol femenino- en los distintos medios? 42

Gráfico 9: Pregunta 6.- ¿Cuál o cuáles deportes sigue en los distintos medios de comunicación? 43

Gráfico 10: : Pregunta 7.- ¿Sigue o busca información sobre algún deporte que no sea fútbol femenino en los medios como la TV, radio, diarios, revistas o internet? 44

Gráfico 11: Pregunta 8.- ¿Encuentra con facilidad información sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación masiva? 45

Índice de Anexos

Anexo 1: Fotos de Entrevista.....	72
Anexo 2: Fotos en el lugar de entrenamiento	72
Anexo 3: Presentación del Programa	73
Anexo 4: Identificadores del Programa.....	74
Anexo 5: Promocional del Programa	75
Anexo 6: Despedida del Programa.....	76
Anexo 7: Segmento del Programa.....	77
Anexo 8: Formato de Encuesta	79
Anexo 9: Formato de Entrevistas.....	82
Anexo 10: Carta al jefe de ambiente de aprendizaje FACSO	85
Anexo 11: Cuadro referencial del plan estratégico que debe aplicarse de acuerdo a la propuesta.....	86
Anexo 12: Carta a PROFILMS.....	87



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

**“EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”.**

**AUTOR: MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO
TUTOR: EC. CARLOS ORTIZ NOVILLO MSC**

RESUMEN

La idea de este proyecto de titulación, es dar a conocer como el fútbol femenino ha crecido no tan rápido en la actualidad, debido a los obstáculos sociales y culturales; los cuales no han permitido la difusión de esta práctica realizada también por mujeres, mejorar las condiciones de información en los medios de comunicación, será la base para dar a conocer esta disciplina antigua y que es practicada por féminas. Creando un espacio radial online especializado con temas de fútbol, diseñado con ideas muy originales basándonos en una nueva exigencia en la producción radial online de los buenos programas que se difunden a través del internet, buscando que nuestros visitantes nos vean como un programa dinámico y con una estructura establecida dentro de los diferentes formatos y que nos permita en cada una de nuestras emisiones radiales entregar contenidos de interés sobre el balompié femenino.

Palabras claves: Mujeres balompié, disciplina, social, difusión.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACION**

**“EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”.**

**AUTOR: MARINA ELIZABETH ITURRALDE TENORIO
TUTOR: EC. CARLOS ORTIZ NOVILLO MSC**

ABSTRACT

The idea of this titling project is to make known how women's football has grown not so fast nowadays, due to social and cultural obstacles; which have not allowed the dissemination of this practice also performed by women, improve the conditions of information in the media, will be the basis for publicizing this ancient discipline and that is practiced by females. Creating a specialized online radio space with football themes, designed with very original ideas based on a new requirement in the online radio production of good programs that are broadcast through the internet, looking for our visitors to see us as a dynamic program and with a structure established within the different formats and that allows us in each of our radio broadcasts to deliver contents of interest on women's football.

Keywords: Women, football, discipline, society, inclusion

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se realiza con el afán de estudiar la participación del fútbol femenino y su práctica; la misma que evidencia un sin número de discriminaciones, así como dificultades para su desarrollo. Sin embargo, estas no son concluyentes y logran avanzar en otro tipo de investigaciones en el campo del deporte que permite identificar la realidad de la práctica deportiva que realizan las mujeres.

La poca atención de la prensa deportiva especializada en los diferentes medios, la limitada percepción en los organismos de dirección, los escasos apoyos publicitarios y oficiales, el bajo presupuesto identifican cómo se desenvuelven las mujeres en el fútbol femenino (balompié).

Siendo los principales canales de información a nivel nacional con temas deportivos, buscando siempre la preferencia de los aficionados que gustan del fútbol en Guayaquil, su pasado radial deportivo también está señalado por espacios que desarrollaban y desarrollan temáticas deportivas en diferentes actividades donde destaca el balompié masculino y otras prácticas como el atletismo y boxeo.

La idea de esta investigación es producir un programa deportivo donde los temas a tratar serán netamente de fútbol femenino, tomando en cuenta la gran apertura que hoy se presenta en los medios radiofónicos con egresadas de nuestra institución que gustan del periodismo deportivo.

Considero que esta es una buena opción para que cada una pueda exponer sus opiniones sobre esta disciplina que así lo exige. El espacio se emitirá una vez por semana en el que participarán invitados, reportajes, información a nivel nacional, con la interacción y redes sociales.

El objetivo de la creación de este programa es justificar la no existencia en las parrillas de programación de los diferentes medios sonoros; productos radiofónicos de este género y estilo y así marcar la diferencia con algo nuevo y necesario que requieren las mujeres futbolistas.

Este trabajo consta de cuatro capítulos los cuales se exponen así:

Capítulo I: el problema enfocado en la falta de difusión de la práctica del fútbol femenino en los medios de comunicación analizándolo desde el enfoque de América Latina, Ecuador y el mundo teniendo como delimitación a la Federación Deportiva del Guayas y a la escuela Formativa de fútbol José Tenorio teniendo como objetivo difundir todas las actividades relacionadas con la práctica de esta disciplina y así romper prejuicios y tabúes Socio-Culturales y Comunicativos.

El capítulo dos comprende: Marco Teórico, Marco Contextual, Marco Conceptual y Marco Legal.

El capítulo tres muestra la metodología de este proyecto de titulación donde vemos los tipos de investigación científica para analizarlo y descubrir nuevos avances, mediante la implementación de investigación exploratoria y descriptiva y sus diferentes métodos, usando técnicas de investigación y la población y muestra utilizando fórmulas para determinar el margen de error. Para luego mediante cuadros de Excel tabular y dar la comprobación de nuestro proyecto.

En el último capítulo se expone la propuesta que será la creación de un programa radial innovador netamente de esta disciplina practicada por mujeres, ante la carencia de información deportiva de las actividades que cumple el fútbol femenino en nuestra ciudad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

A lo largo de la historia, el fútbol femenino ha marcado, una ausente popularidad en los medios con espacios ante la sociedad, porque se ha considerado esta disciplina deportiva como masculina, difundiendo y volviéndose un espacio sólo para los hombres y el papel de las mujeres es relegado al hogar, donde no le resultó fácil involucrarse en actividades deportivas, tenido un papel secundario y subestimado.

El potencial femenino en diferentes ámbitos de la vida cotidiana ha sido minimizado, como el caso particular que abordaremos en adelante que se enfocará en las prácticas deportivas de las mujeres que optan por un deporte como el fútbol.

1.1 Planteamiento del problema

En el desarrollo de esta actividad deportiva se plantea como punto de conflicto la poca difusión del fútbol femenino tanto nacional como internacional y las pautas que este ha tomado para ser reconocido como profesional, causando un significativo cambio en la sociedad, quitando cosmovisiones enraizadas de verlo como una actividad solo para hombres, teniendo así que afrontar múltiples rechazos y paradigmas machistas y feministas.

En Guayaquil existen diferentes medios de comunicación con programas deportivos enfocados en el fútbol que generan los hombres, el balompié femenino carece de exposición mediática ya que los medios están enfocados en transmitir solo el fútbol practicado por el género masculino a lo expuesto el efecto disfuncional comunicativo, en donde la parrilla de los medios de comunicación que manejan programas deportivos no dan a conocer esta práctica por mujeres.

Se pretende crear un programa radial ya que es la radio en la actualidad el medio donde se puede opinar, discutir, expresar acuerdos o protestar y que ha evolucionado en plataformas digitales online brindando nuevas alternativas tecnológicas, es ahí donde se pretende incluir una parrilla de programación para emitir conocimientos útiles y culturales para difundir esta práctica de balompié femenino saliendo de enfoques netamente culturales, socioeconómicos y comunicacionales de este ambiente deportivo.

La idea de difundir es transmitir los partidos en vivo y el poder de este fútbol practicado por mujeres.

1.2 Formulación del problema y Sistematización del Problema

1.2.1 Formulación del problema

¿Qué factores inciden para que el fútbol femenino no se lo difunda en los medios de comunicación social en la ciudad de Guayaquil?

La respuesta que se da en esta investigación es la mínima atención que prestan los medios de comunicación con programas deportivos a la actividad del fútbol femenino; dejando ver la incidencia de la formación cultural y comunicacional que no permite demostrar la importancia de esta actividad en el contexto social.

1.2.2 Sistematización del Problema

- ¿Análisis comunicacional del fútbol femenino?
- ¿Cómo se desarrolla la información en la plataforma digital como medio de comunicación de masas de fútbol femenino?
- Crear conciencia acerca de las complejidades y contradicciones de las relaciones de género en el deporte
- ¿Cómo suprimir la discriminación en términos de género en el deporte?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Informar todas las actividades relacionadas con la práctica del fútbol femenino y así romper prejuicios y tabúes socio culturales y comunicativos, que no permiten la difusión el desarrollo y proyección de la mujer a todo nivel; de manera especial en el deporte y particularmente en el campo del fútbol femenino como inicio de una renovada cultura sin prejuicios

1.3.2 Objetivos Específicos

- Diseñar modelos de parrilla radial para desarrollar mayor difusión en la plataforma digital del fútbol femenino para construir una identidad cultural.
- Diagnosticar las oportunidades de la difusión de la práctica del fútbol femenino en conexión con el masculino; sus convergencias y diferencias.
- Producir un programa totalmente innovado para personas de todas las edades que se ven atraídas por esta disciplina deportiva.

1.4 Justificación

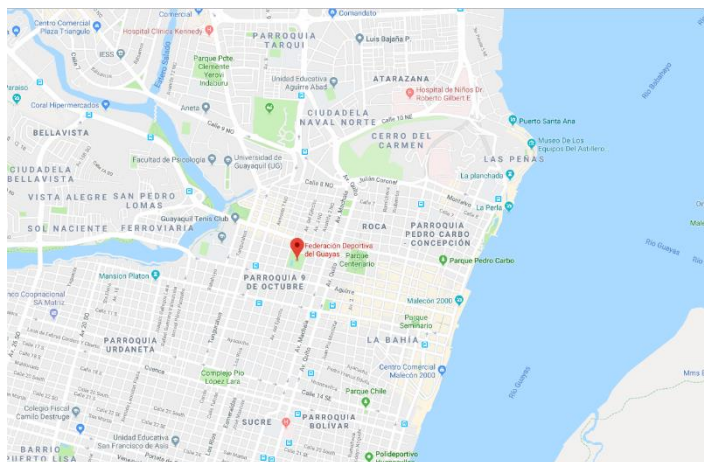
Este trabajo de investigación plantea el desarrollo de un estudio comunicacional dando a conocer las consecuencias de esta problemática en el ámbito de formación de las futuras profesionales del balompié en la ciudad de Guayaquil, se analizará metódicamente los motivos que influyen en el proceso del deporte femenino ya que no es nuevo, pero siempre han existido diferentes ideologías basadas en aptitudes, hábitos y experiencias.

La mayoría de estos pensamientos han sido una resistencia, ante los hechos persistentes de la biología y psicología tanto en hombres y mujeres, llegando todas a la conclusión que los hombres serían los más idóneos para los deportes dejando a las mujeres, en una posición no idónea para realizarlos.

Basando este trabajo en identificar los factores que inciden en los medios de comunicación para que el fútbol femenino no sea difundido, como el fútbol masculino en una igualdad de transmisiones el motivo principal de esta investigación es conocer el impacto de los medios de comunicación y su incidencia, al no satisfacer las necesidades comunicativas de un amplio sector que gusta de esta actividad deportiva; la práctica del fútbol femenino, mediante una nueva perspectiva de programas deportivos en el caso de la radio online hablamos de crear productos de calidad cubriendo una carencia de necesidades comunicativas de los diferentes grupos sociales que deben ser trabajadas con ética, profesionalismo y responsabilidad social. Con diversidad de formatos y analizando los medios de comunicación que presenten programas deportivos con la única finalidad de viabilizar la información sobre los hechos, actividades, emociones y vivencias no expuestas en la palestra pública del fútbol femenino buscando la igualdad de difusión de este deporte también practicado por mujeres, buscando culturalizar la sociedad.

1.5 Delimitación o alcance de la investigación

Federación Deportiva del Guayas



1.6 Hipótesis

La limitada difusión en medios de comunicación influye en la escasa información sobre el balompié femenino que busca culturalizar a la sociedad sobre el fútbol femenino.

1.7 Variables de la investigación

1.7.1 Variable dependiente

Escasa difusión comunicacional

1.7.2 Variable Independiente

El fútbol femenino

Medios masivos

Programas deportivos en las radios de la ciudad de Guayaquil

1.8 Operacionalización de las variables

1.8.1 Definición conceptual de las variables

Tabla 1: Definición conceptual de las variables

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN
• Diseñar modelos de parrilla radial para desarrollar mayor difusión en la plataforma digital del fútbol femenino para construir una identidad cultural.	Fútbol femenino	Trasmisiones que se han mantenido en un estándar de difusión solo al balompié masculino.
• Diagnosticar las oportunidades de la difusión de la práctica del fútbol femenino en conexión con el masculino; sus convergencias y diferencias.	Medios masivos	Características de programas existentes programas
• Producir un programa totalmente innovado para personas de todas las edades que se ven atraídas por esta disciplina deportiva.	programas deportivos en las radios online	Innovación y entretenimiento del enfoque de la práctica del fútbol femenino

1.8.2 Definición real de las variables

Da característica a la realidad analizada del problema partiendo de la observación y determinándola de los diferentes puntos existentes en todo lo que nos rodea a diario haciéndola social ya que parten de una visión directa con la realidad.

Las variables cambian según su volumen según el objeto de estudio en este caso nuestro grupo de jóvenes que entrenan la actividad del fútbol femenino y los receptores de esta actividad que serían los habitantes de la ciudad de Guayaquil para quien va dirigido nuestro proyecto con el enfoque de darles a conocer esta actividad.

1.8.3 Definición operacional de las variables

Tabla 2: Definición operacional de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR
Fútbol femenino	Semiótica deportiva	Signos
Medios masivos	Medios de comunicación tradicionales y las TICs	Radios Televisión Diarios Computadores Dispositivos móviles Dispositivos de almacenamientos Herramientas online
programas deportivos en las radios online	Entorno social	Crear hábitos Percepción Autodisciplina Etnias Edad Cultura

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

En este segundo capítulo de la investigación se va a ampliar nuestro tema problema exponiendo términos fundamentales de manera histórica, teórica, epistemológica, conceptual, contextual y legal, los cuales nos van a posibilitar estudiar los diferentes modelos y teorías del balompié femenino en relación con los medios de comunicación.

América latina

Si hablamos de Latinoamérica, el futbol siempre ha sido visto como un juego de hombres, gozando de una gran popularidad en la sociedad, pero eso ha ido cambiando con la incursión de la mujer en este deporte.

Cada vez en América latina se acrecienta más su participación dejando el sexismo de lado demostrando el talento que poseen en sus piernas, formándose en las diferentes escuelas de fútbol. En el 2015 la Confederación Sudamericana de fútbol CONMEBOL implementó una dirección de futbol femenino y en el 2016 comunicó a los demás países como: Brasil, Argentina, México, Uruguay, Colombia, Chile, Venezuela, Perú y Bolivia. Que implementen la participación de mujeres en el balompié para competir en los torneos profesionales en su país y fuera de ellos, como requisito para que puedan participar en las competencias internacionales tanto hombres como mujeres.

Si bien, los avances que se han dado en América latina para integrar a la mujer al fútbol son positivos; cabe recalcar que los medios y los equipos de esta disciplina, no tienen presupuesto y carece de difusión ya que los jugadores de fútbol masculino profesional cobran un salario por su trabajo, las jugadoras suelen realizarlo sin percibir ninguna retribución económica.

Los sponsors tampoco sobran en el mundo del fútbol femenino, aunque esta tendencia está comenzando a revertirse muy lentamente.

Ecuador

Cuando hablamos de Ecuador podemos decir que su estructura de fútbol femenino comenzó en el 2013, con la iniciativa del Ministerio de Deportes y con la aprobación de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF); donde se le otorgó el grado de amateur y cuyos torneos eran financiados por el Estado.

En la actualidad el fútbol femenino en Ecuador, mantiene una distancia enorme en relación al fútbol practicado por hombres, comprendiendo a este como una práctica por placer y no como una actividad de lucro, es decir, sin recibir dinero y considerada como no profesional.

Situación que ha llevado a La Comisión Nacional de Fútbol Aficionado y del Fútbol Femenino (CONFA), a crear torneos de divisiones femeninas en los 16 clubes de primera división y los tradicionales Campeonatos Ecuatorianos de Fútbol Femenino, organizados por la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF).

En los torneos mencionados se busca el apoyo por parte de los medios de comunicación y que el fútbol femenino sea más aceptado por parte de los ecuatorianos.

En nuestro país, aún la profesionalización tendrá que esperar

Según información de la FIFA, tanto las federaciones provinciales, el Ministerio del Deporte y la Federación Nacional de Ligas Barriales (Fedenaligas), en Ecuador más de 4.000 chicas intervienen en equipos de balompié, este año se estima que en la serie A femenina actúen unas 420 'peloterías', y al menos el 50% más en la primera copa sub 16.

CONMEBOL busca fomentar el fútbol femenino, ya que según datos de la CEPAL hay más mujeres que hombres en Latinoamérica, 310 contra 302'000.000 de varones, en donde la Confa, expone que clubes como Barcelona, Liga de Quito, Emelec, El Nacional. No están obligados a tener planteles femeninos donde se busca la diferencia sería que cada uno de esos clubes profesionales creen su plantel femenino y los profesionalicen.

En el mundo

Los procesos de la incursión de la mujer en el balompié femenino mundial ya pasan de los 124 años donde se dio su primera participación oficial, en 1895 en Londres. En contra de las prohibiciones de la Asociación de Fútbol El equipo British Ladies FC, fundado por Nettie Honeyball, venció siete a uno al equipo del sur.¹ Donde se vivieron las primeras controversias con la sociedad.

Ya en la primera Guerra Mundial fue el impulsor para que las mujeres incursionaran en actividades de igual forma que el hombre y el fútbol no fue su excepción, fundando el club Dick Kerr's Ladies F.C. en 1917 en Inglaterra donde su presencia se hizo popular.

El primer mundial de fútbol femenino se dio en 1991, en el mundo juegan alrededor de 40 millones de mujeres de Estados Unidos, Alemania, España, Suecia, Japón y ahora México cuentan con una liga profesional. Celebrando la Copa Mundial Femenina de la FIFA cada cuatro años.

Luego de verificar las diferentes tesis en el repositorio de la Universidad de Guayaquil, el tema del fútbol femenino es un tema amplio por la creciente formación de escuelas de fútbol donde entrenan mujeres como co-animadoras, en nuestro país cada día tiene más importancia la

participación de la mujer en las diferentes actividades que desempeñan los hombres y el fútbol no está alejada de estas.

En Ecuador, los medios de comunicación, que cubren los torneos del Campeonato nacional; son pocos los programas radiales y televisivos que siguen competencias de fútbol femenino con regularidad. El fútbol femenino, ya lleva tres décadas en el país, pero no tiene relevancia mediática, pese a que la CONFA ha buscado implementar torneos en conjunto con el Ministerio de Deporte.

CABE RECALCAR QUE EN LA PROMOCIÓN DE ESTOS TORNEOS LOS MEDIOS DE comunicación no les dieron cobertura y mucho menos difusión, lo QUE NO FUE FAVORABLE ya que NO SE LE DA EL RECONOCIMIENTO PARA LOGRAR EL PROFESIONALISMO de esta disciplina.

Donde la comunicación y sus medios de difusión forman parte protagónica ya que captando los partidos de fútbol para convertirlos en una metáfora a dimensiones globales atrayendo a las masas.

La situación del fútbol femenino según:

Jacinto Bonilla, reportero de Radio La red, “el fútbol femenino, actualmente, no vende. La realidad es que es un proyecto que está arrancando”. Por otro lado, según Amilcar Mantilla, presidente de la CONFA, “la radio y la televisión no le dan mucha importancia a excepción de Telemazonas y Radio La Red que han transmitido partidos”.

Ya que se considera importante contar con el apoyo económico para ayudar impulsar y sin transmisiones en los medios nacionales imposible conseguir los auspiciantes que se interesen por financiar esta actividad.

En Guayaquil vender los derechos de televisión o conseguir un auspiciante para los torneos femeninos es muy complejo porque no existe un auge de público espectador, teniendo en cuenta que en Guayaquil se

dan campeonatos donde participan alrededor de 16 equipos de 9 provincias del Ecuador.

2.3 Marco Contextual

2.3.1 Prensa

Los medios de comunicación juegan un papel protagónico ya que estos siempre están en boga del común de las masas es por eso que partiendo de que es un poder fáctico, pues genera información no solo de ámbitos culturales, informativos y de espectáculo, siempre situándose como la fuente de información más amplia comprendiendo la vía rápida de entregar y recibir datos, al final nos centraremos en las diferentes emisiones de informativos generales del balompié, ya que estas se encuentran en el interés público desde los inicios de los noventa ocupando en un medio hasta la tercera parte de su espacio llevando para algunas estaciones y medios digitales a solo generar información viéndolo de diferentes perspectivas el deporte del fútbol.

Así como se refiere: (Whannel, 2009)

“El deporte en vivo más importante puede ser el último bastión de la experiencia de visualización comunitaria simultánea”.

El resultado es que se da más importancia a informaciones sobre las actividades más relevantes del día a día de las estrellas y sus acontecimientos del balompié masculino.

La estructura de los programas deportivos desde siempre ha llevado un régimen tomando a esta como noticias con grandes titulares alternando información destacada del jugador, pero nos preguntamos:

¿Existen programas especializados en la práctica realizada por mujeres?

Dicha inserción con la ayuda de la difusión de los medios se puede dar; presentando paso a paso diversas piezas informativas alternándolas en ocasiones especiales con entrevistas, siempre potenciando la práctica y el ejemplo para quienes por miedo al rechazo social y las ideologías ajenas.

2.3.2 Sociedad

“...el fútbol es un espacio de la representación social, donde a los once jugadores de una selección se les delega de manera ilusoria la responsabilidad de defender al país como un todo, creando el sentido que el equipo es el depositario del honor nacional y cada jugador un héroe-patriota o un villano-traidor” (Carrión, 25).

“Los clubes, aunque no han dejado de ser símbolos locales, también se han transformado en marcas globales con público internacional” (Bustamante 136).

Entendemos que la sociedad en este ámbito es muy amplia, globalizada; donde el fútbol es el deporte de masas que atrae a grandes y chicos. Donde la selección de un país participa y se da a conocer a nivel mundial es la razón fundamental para todo un país, que quiere dar a conocer sus raíces.

Poniendo desde este punto a la identidad de los grupos de las diferentes sociedades donde intercambian valores, cultura, símbolos, dialectos, etc...

“El deporte en vivo más importante puede ser el último bastión de la experiencia de visualización comunitaria simultánea” (Whannel, 2009).

Las sociedades se unen para ver la representación de torneos sea estos por equipos, selecciones, práctica de sus hijos y deporte diario, el deporte del fútbol es influyente en las masas.

2.3.3 Medios Digitales

Una vertiente mundial el internet es un terreno manipulable para el común de las personas ya sea por su fácil acceso y adquisición al manipular “no pocas oportunidades quien interpela no es el medio sino el poder político, con un posteo colgado desde un micro blog personal que toma notoriedad pública” (CORBIERE, 2011:102).

Es una de las más amplias y destacadas innovaciones de la globalización

dejando una brecha al periodismo desenfadado y muchas veces sin planificación, señal a la que nadie que desee estar actualizado y prendido en una onda de masas dejará de tener acceso. En América Latina crear plataformas digitales o portales web se ha vuelto muy común ha sido para muchas empresas que producto de la crisis económica despidieron personal una ventana para trabajar y generar ingresos teniendo como brecha la libre expresión ejemplo Venezuela por las restricciones a la libertad de prensa.

Existen millones de seguidores en redes sociales el futbol se ha convertido en el deporte de masas más integrativo ya que no distingue raza, etnia, cultura, nivel social, ni género.

Es por ello que la casa perfecta y segura de espacio para este deporte son las plataformas digitales teniendo un viaje directo a todo el planeta, pasando barreras y fronteras. Uniendo con sonrisas y generando ingresos de cambios todo el tiempo. Algunos lo denominan como fenómeno mediático que está en los cambios comunicacionales que se dan a diario cada vez pegándose al bum del momento ligando información con comercialización a la perfección.

Actualmente, se estima que hay 60 medios digitales, según un mapeo realizado por Fundamedios hasta abril último. Donde se evidenció que en Ecuador la comunicación social en internet, se genera desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos o que pasan la docena, con pocos instrumentos y adquiriendo desembolsos del banco en calidad de préstamos, con la perspicacia de trabajar para un bien común arriesgando su cierre ya sea por falta de financiamiento u otras razones.

2.3.4 Educación futbolística

El intercambio de conceptos sobre el deporte considerado como solo para hombres, o para ambos sexos y las características de género, basando se

en sistematizar el fútbol femenino desde las horas áulicas desde sus inicios de escolaridad tanto a niños, niñas sobre las diferentes características en valores que atribuyen a esta actividad.

Hornsey y Hogg (2000), “los prejuicios, la discriminación, los estereotipos negativos y los comportamientos agresivos subsiguientes forman un subconjunto de estrategias capaces de crear y/o mantener un estado de distintividad y por lo tanto de exclusión”.

Por lo general se refieren a las mujeres que practican esta actividad como masculinidad en diferentes culturas.

2.4 Marco Conceptual

Amateur:

Que practica por placer una actividad, generalmente deportiva o artística, sin recibir habitualmente dinero a cambio.

Fútbol:

Deporte que se practica entre dos equipos de once jugadores que tratan de introducir un balón en la portería del contrario impulsándolo con los pies, la cabeza o cualquier parte del cuerpo excepto las manos y los brazos; en cada equipo hay un portero, que puede tocar el balón con las manos, aunque solamente dentro del área; vence el equipo que logra más goles durante los 90 minutos que dura el encuentro.

Femenino:

Se refiere a aquello que resulta propio, relativo o perteneciente a las mujeres. Se trata, por lo tanto, de algo o alguien que dispone de las características distintivas de la feminidad.

Comunicación:

Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o

más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

Medios Digitales:

Es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social.

Plataformas Digitales:

Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

CIESPAL:

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

FEDEGUAYAS:

Federación Deportiva del Guayas

FIFA:

Federación Internacionales de Football Association

Medios:

Conjunto de instrumentos, dinero y bienes necesarios para un fin determinado.

Sociedad:

Grupo de individuo que se relacionan y se organizan entre sí para un desarrollo sostenible.

Género:

Categoría o clase en que se pueden ordenar las obras de creación humana, en especial las artísticas, literarias o musicales, según los rasgos de forma y contenido que tengan en común.

Equidad:

Cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones.

Radio:

Emisión radiotelefónica que está destinada al público.

Programa:

Proyecto o planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen algo que se va a realizar.

Prensa:

Conjunto de publicaciones periódicas de venta al público de carácter informativo, en especial diarios y revistas.

Campeonatos:

Un campeonato es una competición, un certamen o un torneo en que se disputa un premio. Quien termina en el primer puesto y resulta ganador del campeonato es el campeón.

Ideología:

En ciencias sociales, una ideología es un conjunto normativo de emociones, ideas y creencias colectivas que son compatibles entre sí y están especialmente referidas a la conducta social humana.

Dialecto:

Sistema lingüístico que deriva de otro pero que no exhibe una diferenciación suficiente respecto a otros de origen común. Los dialectos, por lo tanto, suelen ser considerados con relación a un conjunto de varios sistemas lingüísticos de un tronco común o que se encuentran en un mismo límite geográfico.

2.5 Marco Legal

La Constitución de la República del Ecuador 2008, nos habla sobre la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación:

Art. 9.- De los derechos de las y los deportistas de nivel formativo y de alto rendimiento. a) Todos los ciudadanos tenemos el beneficio de poder realizar deportes de manera personal, en caso de no estar afiliado a alguna organización deportiva. b) Todos los ciudadanos que participen del deporte profesional deben obligatoriamente ser afiliados a la seguridad social, además de contar con un seguro de vida, salud y contra accidentes. c) Los deportistas de nivel formativo, obligatoriamente deberán tener seguro de vida, salud y contra accidentes cubierto por la organización deportiva, la cual cubra 30 días antes y 30 días después de las competencias oficiales nacionales y/o internacionales en las que participen. d) Contar con la preparación técnica de alto nivel, incluyendo implementos para los entrenamientos, competencias y asesoría jurídica de acuerdo al análisis técnico correspondiente. e) Contar con los servicios gratuitos de salud integral y educación formal que aseguren su bienestar. f) Gozar de la libre circulación a nivel nacional entre cualquier organismo del sistema deportivo. Las y los deportistas podrán afiliarse en la Federación Deportiva Provincial de su lugar de domicilio o residencia y en la Federación Ecuatoriana que corresponda al deporte que practica. g) Podrá acceder de acuerdo a su condición socioeconómica a los planes y proyectos de viviendas del Ministerio Sectorial competente y otros beneficios. h) Acceder a las becas y estímulos económicos con base a los resultados obtenidos. 81 Art. 10.- Deberes Son deberes de las y los

deportistas formativos y de alto rendimiento: a) Estar disponibles en cualquier momento a participar y representar a su país o provincia. b) Entrenar con responsabilidad y llevar una vida integra a nivel personal y profesional. c) Ejercer los valores de honestidad, ética, superación, constante trabajo en equipo y patriotismo. d) Realizar actividades de formación que aseguren su futuro profesional aprovechando los medios que tiene disponible para su preparación. e) Competir de forma justa y limpia f) Respetar normas nacionales/ internacionales quedando prohibido el uso de sustancias no permitidas por la Organización Mundial Antidopaje.

Sección tercera Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
4. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.
5. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
6. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución

en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.
4. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
5. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
6. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.

- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias. - Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

Buen vivir

15. Saber comunicarse. Buen Vivir es saber comunicarse, y retomar la comunicación que existía en las comunidades ancestrales. El diálogo es el resultado de esta buena comunicación: hablar entre nosotros como antes nuestros padres lo hacían, y resolvían los problemas sin que se presenten conflictos.

16. Control social: Buen Vivir es realizar un control de los asuntos públicos de la comunidad por parte de los habitantes. Es diferente al concepto de participación popular, que reduce la verdadera participación de las personas. En los tiempos ancestrales, todos se encargaban de controlar las funciones que realizaban sus principales autoridades.

Medios de comunicación comunitarios

Art. 85.- Definición. -

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

Art. 86.- Acción afirmativa. -

El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación 26 para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso

concreto.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

Art. 87.- Financiamiento. - Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas se podrán generar fondos concursales para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

Ley de Comunicación Ecuador

TITULO IV- Regulación de Contenidos Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. -

Para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;

2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informada mente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art.- 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el

medio de comunicación a través de internet.

Art.- 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. - Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art.- 29.- Libertad de información.

- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Ley del Buen Vivir sobre la práctica del deporte

Objetivo del Buen Vivir

En la práctica del deporte en el Ecuador podemos representar la igualdad de género que anteriormente no era considerada en la constitución de la República del Ecuador sin embargo en la actual constitución ya hay igualdad de género que ha ayudado para el buen vivir de la sociedad ecuatoriana.

Objetivo 2

Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y

territorial, en la diversidad.

El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.

La ley de comunicación contempla artículos que se refieren exclusivamente a los medios de comunicación comunitarios, sus características y por quienes son manejados. Desde el 2008 con la nueva ley de comunicación estos pasaron a ser tan importantes como cualquier otro medio permitiendo la participación de todos sin excepción alguna fomentando pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad en el país y en los pueblos.

A pesar de que los medios de comunicación comunitarios no son muchos en el Ecuador la Ley de Comunicación garantiza la estabilidad de los mismos, dándoles prioridades y permitiendo que estos sean manejados solamente por organizaciones sociales, cabe destacar que estos son sin fines de lucro y son de ayuda para las comunidades donde muchas veces no se tiene acceso a medios de comunicación.

Con la creación de estos nos permite estar al día con la información además de ser una ayuda para la educación. Actualmente en el Ecuador un medio comunitario es tan importante como cualquier otro medio, si bien es cierto con distintas características y manejo, pero procurando siempre informar y educar a la sociedad, garantizando la estabilidad de estos a través de su regularización.

La Ley Orgánica de Comunicación tiene como objetivo fundamental y básico permitir el libre ejercicio de los derechos de libertad de expresión , y el libre acceso a la comunicación y a la información, sin ir en contra de

los mandatos constitucionales y de los tratados internacionales ratificados, de manera que se haga efectivo el mandato constitucional, garantizando a los ciudadanos el derecho a recibir información veraz y oportuna; establecer parámetros que ayuden a ingresar de una manera efectiva la información a las comunidades.

Todos estos artículos incluidos en este proyecto se tomaron en cuenta porque hablan de la Comunicación Comunitaria.

También traen a colación artículos como: Igualdad entre todos dentro de la comunidad.

Las etnias y su pluriculturalidad se den a conocer al país. Que no exista el oligopolio y el monopolio de medios. Que los medios los manejen personas que conozcan de comunicación.

Estos artículos dejan en claro que la comunicación siempre será importante dentro de la sociedad. Estos artículos hablan de como relacionarnos de buena manera dentro de la comunidad.

El buen vivir es una nueva visión del mundo y al mismo tiempo una propuesta que surge en los últimos años; plantea una oportunidad para construir otro sistema en el mundo, con el reconocimiento de los diversos valores pluriculturales existentes y un gran respeto a la naturaleza.

Desde una concepción distinta, los errores cometidos y las grandes limitaciones de las pequeñas teorías existentes llamadas progreso y desarrollo. Planteando diversos ángulos, siempre y cuando se observe desde el mundo indígena, por lo que aparecen respuestas a las demandas no satisfechas por las visiones tradicionales de la modernidad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGÍCO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Diseño de la investigación

Este trabajo se basó en la adquisición de información y la investigación aplicada al problema planteado, indicando el tipo de investigación, la población objeto de estudio, la operación de las variables, la aplicación de instrumentos y finalmente, el conteo y la tabulación de los datos.

Es el procedimiento de reflexión, donde se recolecta información, datos relacionados a las leyes de ámbitos científicos. La ciencia siempre aporta al descubrimiento de conocimientos nuevos para contribuir en avances tecnológicos y sociales.

Para así difundir un mejor entendimiento de la situación del fútbol femenino en el país. En primera instancia, hablé con docentes de la Facultad de Comunicación Social que han incursionado en medios deportivos brindando testimonios sobre la situación del fútbol femenino en el país que ellos pueden evidenciar, cuya finalidad es elaborar y desarrollar una propuesta factible para difundir e informar a la audiencia radial sobre los avances del futbol femenino.

En este capítulo hago referencia al conjunto de procedimientos metodológicos racionales utilizados para conseguir el objetivo con sus respectivos pasos que son parte de una investigación cuantitativa los cuales requieren tareas, habilidades y conocimientos con tratamientos específicos.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Investigación exploratoria

Esta investigación nos permitirá conocer más a fondo la realidad de fútbol femenino ecuatoriano porque accederá a libros, revistas, páginas web y entrevistas anteriormente realizadas a expertos sobre el tema.

3.2.2 Investigación descriptiva

En esta parte de la investigación vamos a describir las características más destacadas y relevantes relacionadas con las opiniones de las jugadoras de la escuela fútbol de la Formativa José Tenorio y de la Federación Deportiva del Guayas, donde realizaremos nuestra investigación minuciosa de cada entrenamiento físico, técnico y táctico hacia las jugadoras.

3.3 Metodología de Investigación

3.3.1 Método teórico

Este método lo utilizaremos para destacar procesos de análisis, síntesis, inducción y deducción a través de los trabajos, estudios y leyes generales para el desarrollo y fundamentación de este trabajo a utilizarse.

3.4 Software que utilizará

Microsoft Word 2016

Me permite digitalizar el material para poder crear, editar y compartir documentos a través de Office 365.

Microsoft Excel 2016

Utilizare las hojas de cálculos para las respectivas tabulaciones

Microsoft Power Point 2016

Es el programa a utilizar para la presentación de todo lo trabajado

incluyendo animaciones, texto, imágenes, videos ya trabajados con las dos herramientas anteriores.

3.5 Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1 Encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión de las jugadoras de fútbol.

3.5.2 Entrevista

Con la entrevista se busca recolectar la información mediante la ética profesional, si emitir juicios de valor, además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, en este caso de los medios y la Federación Deportiva del Guayas, el resultado depende en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma con un cuestionario previamente elaborado.

3.5.3 Observación de campo

En esta parte de la investigación relacionamos la observación directa para estar inmersos directamente en el lugar (CANCHAS DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DEL GUAYAS Y LA FORMATIVA JOSÉ TENORIO) donde realizaremos nuestra observación minuciosa de cada entrenamiento físico, técnico y táctico hacia las jugadoras.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La investigación se realizará con expertos en comunicación social a medios de radios tradicionales que manejen programas deportivos y a la Federación Deportiva del Guayas analizando los grupos femeninos de sus diferentes sub las cuales participan en torneos y escuelas de fútbol que manejan a mujeres, como también a sus directivos.

La cantidad de jugadoras de las cuales la Federación y de la escuela de fútbol José Tenorio son 200 de las diferentes sub.

3.6.2 Muestra

Con esta técnica a utilizar podremos obtener datos con el mínimo margen

de error en su manipulación indicando siempre el grupo de la sociedad determinada en este estudio como muestra a estudiar. Este número de personas determinadas se denomina muestra en este caso las 66 jugadoras de Formativa José Tenorio y las 66 de la formativa de la Federación Deportiva Del Guayas, tres expertos en comunicación y dos personas directivas de la Federación Deportiva Del Guayas.

3.6.3 Cálculo muestral Aleatorio simple

Se expondrá el grupo de individuos a investigar los cuales nos interesa sus opiniones sobre el tema de investigación utilizando la siguiente formula.

3.6.4 Formula de cálculo muestral simple

PQ= VARIANZA MEDIA = 0.25

N= POBLACIÓN

n= tamaño de muestra

E= MARGEN DE ERROR= 0.05

K= CONSTANTE DE CORRECCIÒN DE ERROR= 2

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) * \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 208}{207 * \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{52}{0.379375}$$

$$n = 137 \text{ R//.}$$

$$\frac{208 - - - - - 100}{137 - - - - - X} = 65.86 \%$$

Tabla 3: Cálculo de la población y tamaño de la muestra.

GRUPOS SOCIALES	POBLACION	TIEMPO MUESTRA	TECNICAS DE INVESTIGACION
Formativa José Tenorio	100	66	Encuestas
La Federación Deportiva Del Guayas	100	66	Encuestas
Experto de Comunicación	4	3	Entrevistas
Experto de Federación Deportiva del Guayas	4	2	Entrevistas
	208	137	

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: propia

3.7 Análisis de los resultados de los Instrumentos de Investigación Aplicados

Encuesta dirigida a jugadoras de Formativa José Tenorio y La Federación Deportiva del Guayas

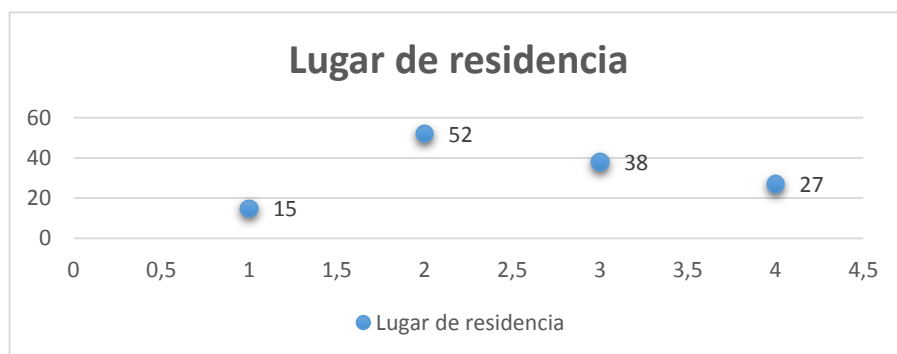
INFORMACIÓN GENERAL

Tabla 4: Pregunta 1.- Lugar de residencia

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Norte	15	11%	15	11%
2	Sur-oeste	52	39%	67	50%
3	Sur	38	29%	105	79%
4	Centro	27	21%	132	100%
Total		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 1:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

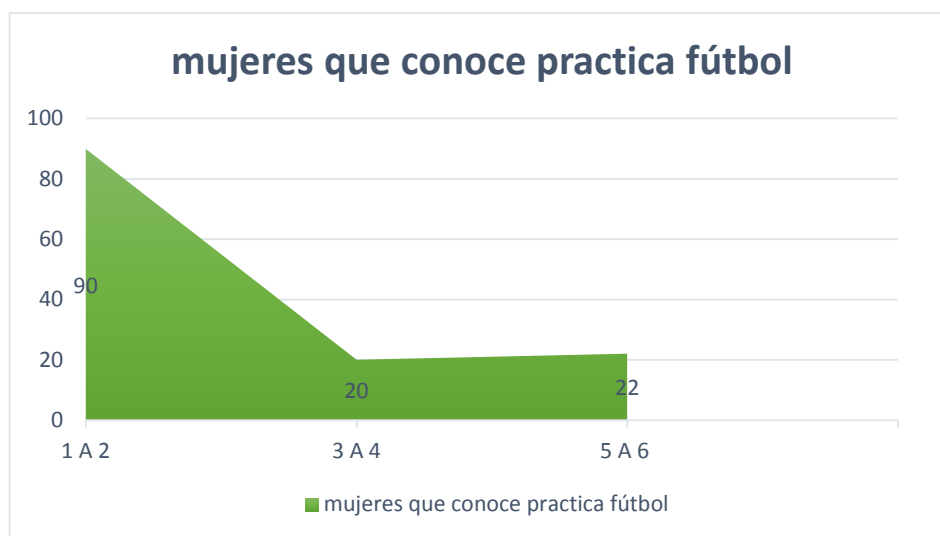
Análisis: La ciudad de Guayaquil está dividida por diferentes sectores, las jugadoras son de los diferentes puntos de nuestra ciudad como podemos verificar en el gráfico con su respectiva frecuencia absoluta.

Tabla 5: Pregunta 2.- ¿Cuántas mujeres que conoce practican fútbol?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	De 1 a 2	90	64%	90	64%
2	De 3 a 4	20	14%	110	78%
3	De 5 a 6	22	22%	132	100%
Total		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 2:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

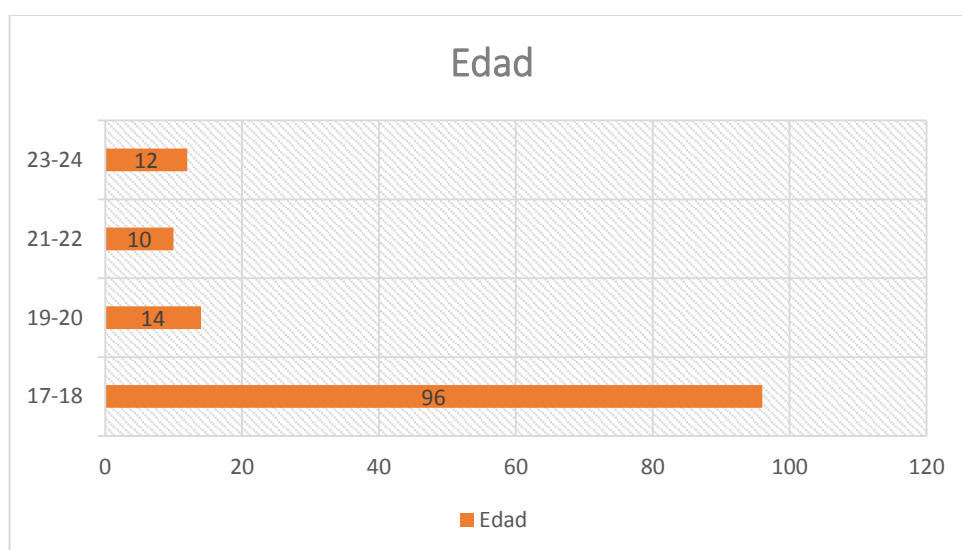
Análisis: las mujeres que tienen interés por esta práctica conocen a más de una llegando a una frecuencia relativa de un 78 % entre una y dos, tres y cuatro de jugadoras que practican este deporte denominado para hombres.

Tabla 6: Pregunta 3.- Edad del Informante

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	17-18	96	73%	96	73%
2	19-20	14	11%	110	84%
3	21-22	10	7%	120	91%
4	23-24	12	9%	132	100%
		132			

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 3:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

Análisis: con esta pregunta evidenciamos que las chicas jóvenes de edades entre 17 y 18 años son las que practican el balompié femenino llegando a una frecuencia relativa acumulada de un 73%, por cuanto puedo decir el interés que tiene por practicar este deporte.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

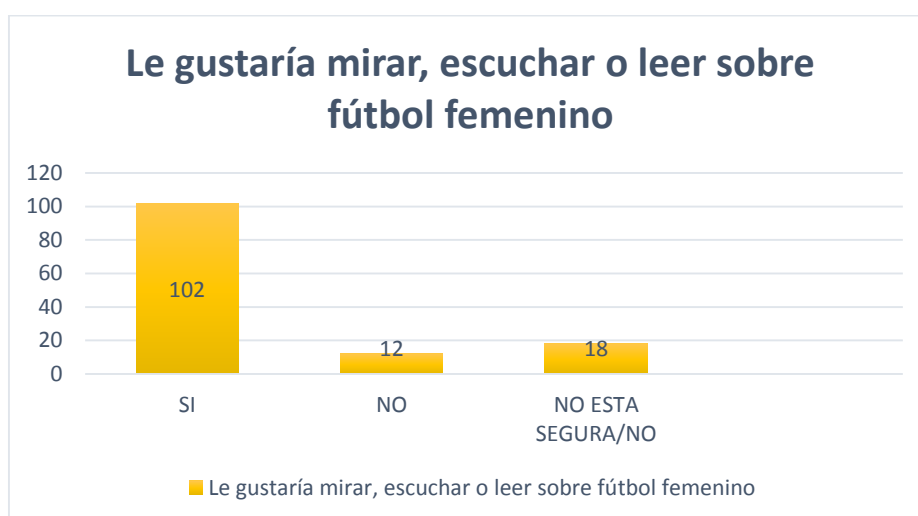
Tabla 7: Pregunta 1.- ¿Le gustaría mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la tv, radio, diarios, revistas o internet?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Si	102	77%	102	77%
2	No	12	9%	114	86%
3	No está segura/ No	18	14%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 4:



Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras

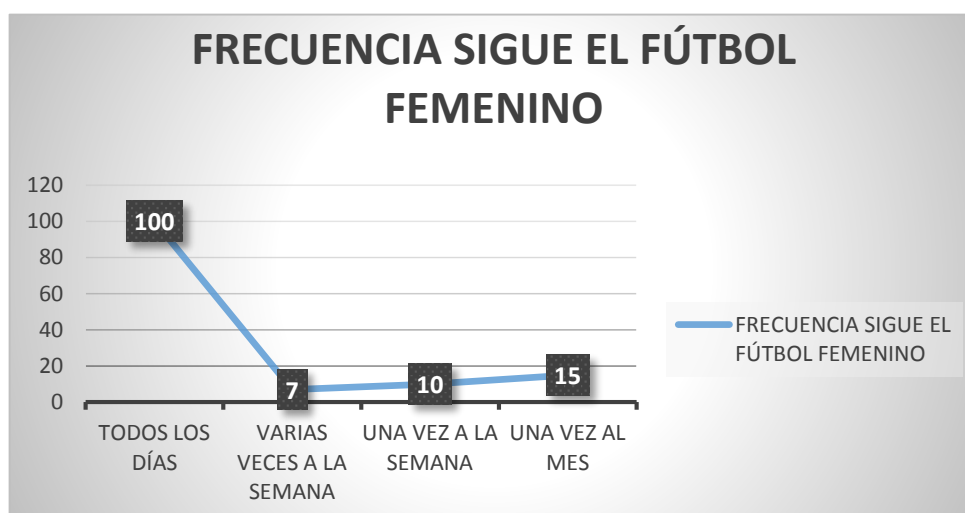
Análisis: con esta pregunta podemos evidenciar que a las jugadoras de fútbol si les gustaría mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la tv, radio, diarios, revistas o internet obteniendo como resultado positivo un 77% como frecuencia relativa acumulada, lo que se debería implementar programas deportivos femeninos.

Tabla 8: Pregunta 2.- Con qué Frecuencia sigue el fútbol femenino en los medios de comunicación

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Todos los días	100	67%	100	77%
2	Varias veces a la semana	7	4%	107	80%
3	Una vez a la semana	10	7%	117	83%
4	Una vez al mes	15	11%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 5:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

Análisis: con el 77% de Frecuencia Relativa Acumulada Frecuencia comprobamos que si se sigue el fútbol femenino en los medios de comunicación.

Tabla 9: Pregunta 3.- ¿Cree que los medios de comunicación en Guayaquil le dan importancia al fútbol femenino?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Si	14	11%	14	11%
2	No	110	83%	124	94%
3	No está segura/ No	8	6%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 6:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

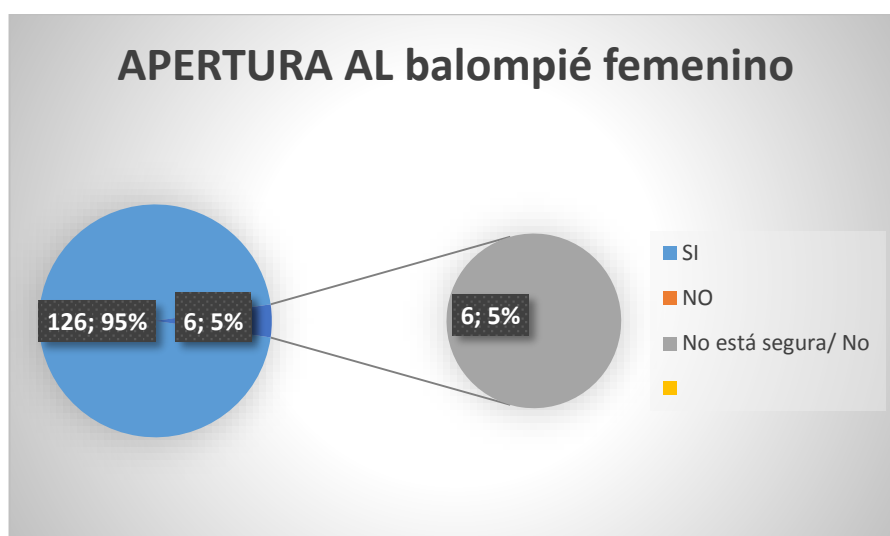
Análisis: aquí evidenciamos que las jugadoras coinciden que los medios de comunicación de Guayaquil no le dan importancia necesaria al fútbol femenino donde doy a probar mi hipótesis de la poca difusión en los medios.

Tabla 10: Pregunta 4.- ¿Cree que los medios debieran dar más espacio al balompié femenino?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Si	126	95%	126	95%
2	No	0	0%	126	95%
3	No está segura/ No	6	5%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 7:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

Análisis: En una totalidad de 95% la frecuencia relativa absoluta las jugadoras creen que los medios debieran dar más espacio al balompié femenino para lograr una mejor difusión.

Tabla 11: Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia sigue a otros deportes - sin contar al fútbol femenino- en los distintos medios?

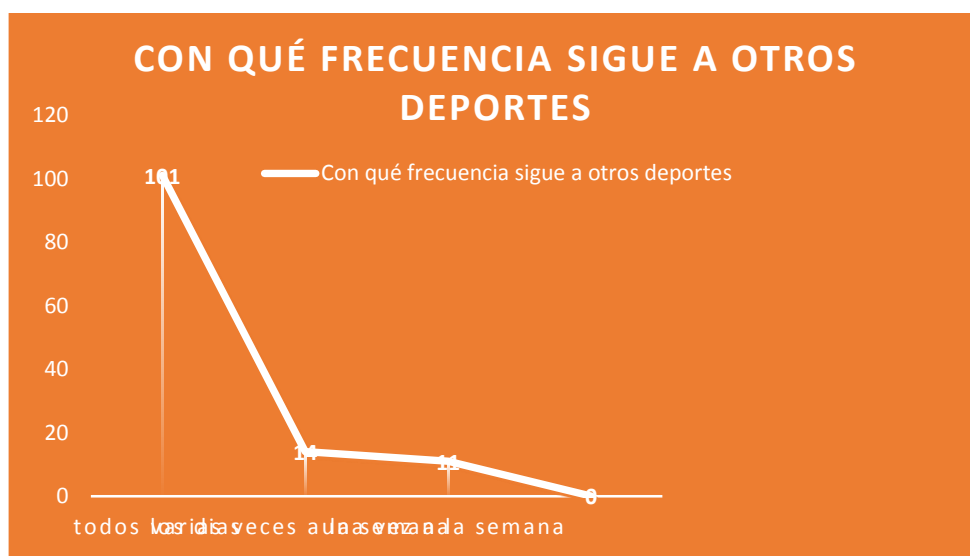
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Todos los días	101	80%	101	80%
2	Varias veces a la semana	14	11%	115	91%
3	Una vez a la semana Una vez al mes	11	9%	132	100%
		132	100%		

Ela

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 8:



Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras de fútbol

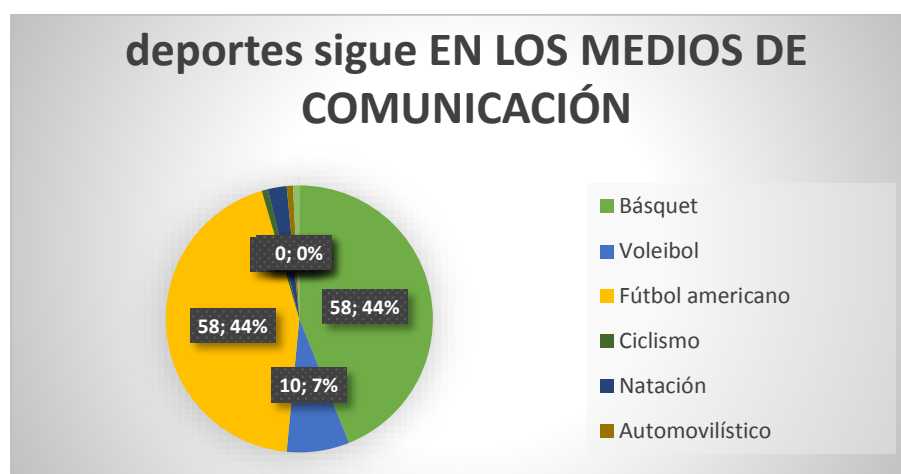
Análisis: las chicas siguen con frecuencia otros deportes -sin contar al fútbol femenino- en los distintos medios son diversos todos los días ellas con el porcentaje más alto dejando a nuestro resultado que si existen más deporte con exposición mediática.

Tabla 12: Pregunta 6.- ¿Cuál o cuáles deportes sigue en los distintos medios de comunicación?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Básquet	58	44%	58	44%
2	Voleibol	10	7%	68	51%
3	Fútbol americano	58	44%	126	95%
4	Ciclismo	1	1%	127	96%
5	Natación	3	2%	130	98%
6	Automovilístico	1	1%	131	99%
7	Béisbol	1	1%	132	100%
8	Motociclismo	0	0%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Gráfico 9:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

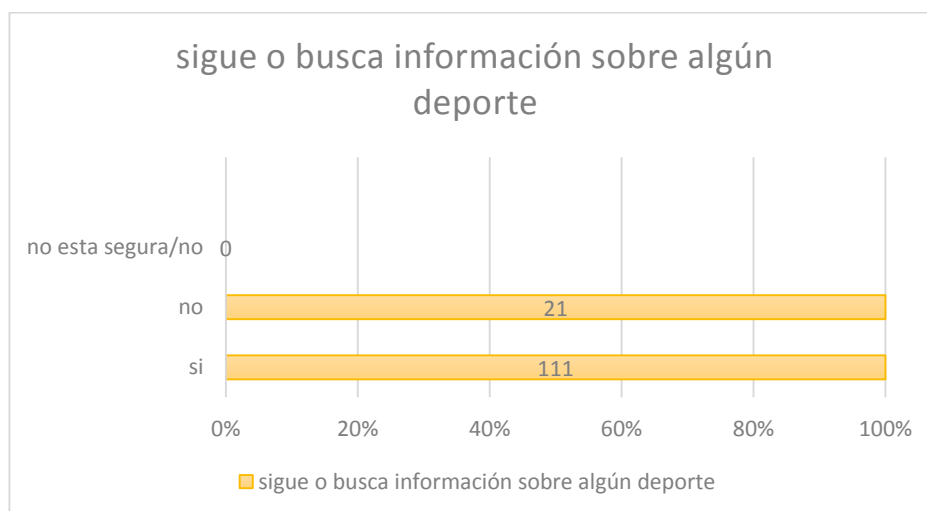
Análisis: los deportes que siguen en los distintos medios de comunicación las jugadoras es el voleibol, natación, básquet, automovilístico, fútbol americano, béisbol, ciclismo y motociclismo con regularidad siendo los tres más visualizados.

Tabla 13: Pregunta 7.- ¿sigue o busca información sobre algún deporte que no sea fútbol femenino en los medios como la TV, radio, diarios, revistas o internet?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Si	111	84%	111	84%
2	No	21	16%	132	100%
3	No está segura/ No	0	0%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras

Gráfico 10:



Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: jugadoras de fútbol

Análisis: se evidencia que por encontrarse en una edad juvenil le interesa seguir y practicar otros deportes que no sea fútbol femenino con la finalidad que buscar ingresos en otro deporte.

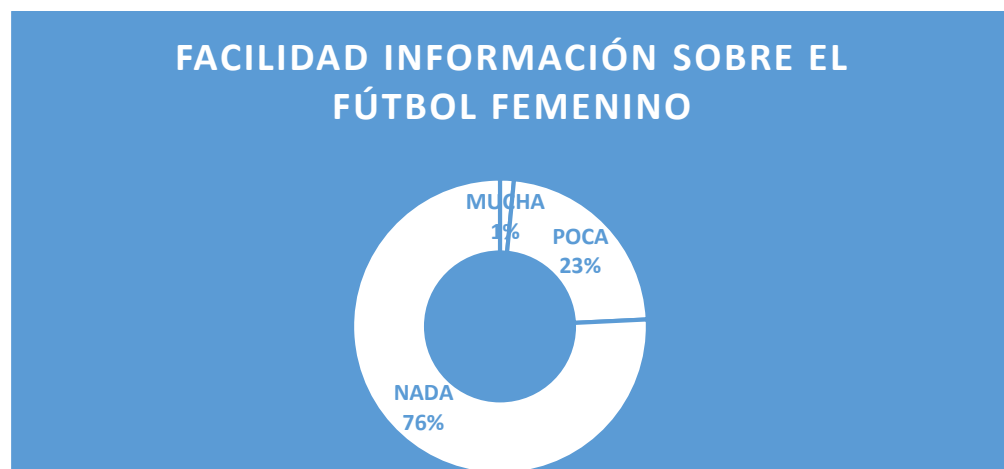
Tabla 14: Pregunta 8.- ¿Encuentra con facilidad información sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación masiva?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	mucha	2	1%	2	1%
2	Poca	30	23%	32	24%
3	nada	100	76%	132	100%
		132	100%		

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras

Gráfico 11:



Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: jugadoras de fútbol

Análisis: es poca la facilidad que brindan los medios masivos para obtener información sobre el futbol femenino las jugadoras nos dicen que pocas veces pueden adquirir información sobre esta práctica y un alto porcentaje nos dice que nada de información encuentran.

3.7.1 Entrevistas realizadas a expertos

LOCUTOR DE PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES

NOMBRES: Lcda. Leonella Magallanes León

LUGAR DE TRABAJO: CRE Satelital

PROFESION: Licenciada en Comunicación Social

1. ¿Cuál es su opinión sobre la presencia del fútbol femenino en su medio de comunicación en el programa de deporte?

Bueno la radio ha llegado a ser un medio informativo de masas donde ha suplido varias necesidades comunicativas la estación radial donde trabajo no cubre muchos torneos deportivos donde estén inmersos el deporte femenino podría decir que es una cobertura por cada mes.

2. ¿Qué oportunidades ofrece la radio para comunicar sobre el balompié femenino?

Las oportunidades que tiene el comunicador es primero dependencia de las políticas de la radio a la cual es decir director, libretista, guionista, locutor, controlador, esa experticia y poder decir yo hago radio donde imparto fútbol femenino, y así poder practicar un lenguaje con expresiones en todo aquello que es un comunicador radial, pero en la actualidad no existen muchas oportunidades.

3. ¿Considera usted que es importante la creación de un programa radial solo dirigido al fútbol femenino?

Así es, sobre todo en el tema de la información deportiva femenina que necesita darse a conocer por la comunidad sobre temas de sus actividades.

4. ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de tener un programa radial de fútbol femenino?

Bueno ventajas todas las que había mencionado pues la gente además de comunicarse e informarse también puede saber sobre este deporte también practicado por mujeres.

Las desventajas podrían ser que la radio no te muestra a la mujer incursionando en esta actividad.

5. ¿Cómo visualiza los programas radiales de deportes incluyendo a mujeres en su práctica en el futuro?

En futuro creo que tendrá bastante aceptación porque cada día se expande esta actividad con una proyección de las radios creo que tendría una nueva alternativa.

6. ¿Cuál cree usted que sería el nivel de aceptación de un programa de balompié femenino?

Eso depende de la sociedad, me atrevería a decir que dependerá de la credibilidad de las emisoras que tengan esta nueva programación.

LOCUTOR DE PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES ONLINE

NOMBRES: Lcdo. Jaime De La Cruz

LUGAR DE TRABAJO: PROFILMS

1. ¿Tiene conocimiento del fútbol femenino?

Claro, sé que el fútbol femenino se ha ido implementando en las escuelas de futbol conocida como una actividad amateur.

2. ¿Considera de vital importancia el aporte de un medio online de fútbol femenino?

Considero que si no existe una apertura por parte de los medios comúnmente llamados tradicionales podría decir, que el medio digital que es amplio y de acceso rápido y fácil, si seria de vital importancia.

3. ¿Cómo se visualiza la difusión a las redes online dentro de 10 años a nivel de fútbol femenino?

Dentro de 10 años lo veo con una acogida empezando por las jugadoras, familiares y quienes gustan de este tipo de actividad deportiva como lo es el balompié.

4. ¿Usted considera que la online cumple la función de informar, entretener y educar sobre el fútbol femenino?

Actualmente existen páginas deportivas online no logro visualizar una página que solo trate sobre fútbol femenino, partiendo de ahí podría decir que no cumple con esa función.

6. ¿Qué tanto frecuenta las plataformas digitales deportivas?

Prácticamente siempre ya que tengo un medio digital dirigiendo y siempre estoy conectada a ellas con los diversos deportes extremos.

PERIODISTA DE PROGRAMA DEPORTIVO

NOMBRE: Periodista Xavier Faraa

LUGAR DE TRABAJO: CRE Satelital

1. ¿Cuál es su opinión sobre la presencia del fútbol femenino en su programa de deporte?

Si bien cierto nosotros no realizamos muchas coberturas a esta actividad, pero realizamos dos coberturas por mes, creyendo que sería muy importante difundir esta actividad de mujeres.

2. ¿Qué oportunidades cree usted que ofrecen los medios para comunicar sobre el balompié femenino?

Las oportunidades que ofrecen los medios son pocas, porque por lo general los medios de comunicación se manejan por publicidad de empresa que desean que luego de una nota de un equipo masculino de preferencia del público.

3. ¿Considera usted que es importante la difusión del fútbol femenino y por qué?

Claro, el fútbol femenino en nuestra ciudad se ha ido implementando de a poco en las escuelas formativas y en equipos profesionales, formando ahora la selección femenina que representa a Ecuador en mundiales.

5. ¿Cómo visualiza los programas de deportes que incluyen a mujeres?

No he visto muchos, programas, pero los que presentan el deporte femenino con entrevistas los veo muy bien.

6. ¿Cuáles cree usted que son las razones de la poca presencia del fútbol femenino en los programas deportivos de medios de comunicación?

Como ya lo dije en gran parte el financiamiento de las empresas auspiciantes de los programas.

Entrevistas

Direccionamiento: Instrumento dirigido a Federación Deportiva Del Guayas
Objetivos: Conocer las actividades utilizadas para dar a conocer el balompié femenino.

NOMBRE: Sr. Erick Palma

LUGAR DE TRABAJO: Vocal segundo de Federación Deportiva del Guayas.

- 1. ¿Considera usted que los medios de comunicación pueden constituirse formativo para la ciudadanía dando a conocer el fútbol femenino?**

Particularmente los medios de comunicación especialmente los programas deportivos serian de gran ayuda para dar a conocer la actividad de las chicas dentro de los equipos de Federación.

- 2. ¿Dentro de la programación de un medio de comunicación que temas se deberían abordar con respecto al fútbol femenino?**

Pienso que retomar lo popular pero ético que tiene las nuevas participaciones deportivas donde se incluye a mujeres.

- 3. ¿Qué compromisos tiene Federación Ecuatoriana de Fútbol para aportar en la difusión del balompié?**

Los compromisos son varios una de las obligaciones es invertir para difundir las prácticas, en campañas para generar valores con la finalidad de generar aceptación por esta actividad de mujeres.

- 4. ¿Cómo Federación Deportiva del Guayas podría generar recursos para difundir el deporte femenino?**

Claro por movimientos sociales, organizaciones comunitarias y el Estado.

- 5. ¿Le gustaría evidenciar programas radiales sobre el balompié femenino?**

Yo me atrevería a recomendarles, la online para así producto de la

inmediatez que atraviesa este mundo totalmente globalizado.

Entrevistas

NOMBRE: Lcdo. Valentín Pacho

LUGAR DE TRABAJO: Federación Deportiva del Guayas.

- 1. ¿Considera usted que los medios de comunicación pueden constituirse formativo para la ciudadanía dando a conocer el fútbol femenino?**

Claro, la sociedad es una sociedad netamente mediática que anda en constante búsqueda de información y el fútbol femenino a través de las coberturas y poniéndolo en sus programas hoy tendría un realce significativo.

- 2. ¿Dentro de la programación de un medio de comunicación que temas se deberían abordar con respecto al fútbol femenino?**

Como entrenador de las chicas nos gustaría que realizaran coberturas en los diferentes torneos en los cuales participan.

- 3. ¿Qué recomendaría a los directivos de Federación Ecuatoriana de Fútbol para aportar en la difusión del balompié femenino?**

Invitar a los medios de comunicación a los entrenamientos y torneos.

- 4. ¿Le gustaría evidenciar programas radiales sobre el balompié femenino?**

Por supuesto, el que los medios de comunicación expongas en sus programas deportivos las actuaciones de mujeres en el deporte, sería gratificante no solo para las chicas sino también a nuestra labor diaria como entrenador

3.7.2. Análisis de los instrumentos aplicados

3.7.2.1 Análisis general de los resultados de las encuestas

Se evidenció que existe un alto porcentaje de ausencia de los medios masivos que tienen programas deportivos convirtiendo a los medios en un pilar importante al momento de elegir una opción para informar, como se puede evidenciar en la pregunta respectiva.

Por este motivo se orientará esta investigación a optar por un programa radial que tiene como fin de culturalizar a una sociedad machista y feminista de la ciudad de Guayaquil para fortificar el valor viable de la propuesta, y tomar una acertada decisión final para proponer un programa radial que garantice las probabilidades de efectividad.

De acuerdo con la información obtenida se pueden deducir los siguientes aspectos:

- 1) A la mayoría le gustaría mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la tv, radio, diarios, revistas o internet y adquirir esa información con facilidad.
- 2) Medios de Comunicación no dan espacios al balompié femenino.
- 3) Existe todavía, a pesar de los esfuerzos de sacar adelante este deporte en el área femenina, muy poco apoyo por parte del estado, entrenadores y familia de aquellas mujeres que apuntan por la práctica de esta a nivel profesional.

Se evidencia con claridad la necesidad imperiosa de crear programas respectivos al tema que aquí exponemos debido a que la audiencia en general está deseosa por espacios en los que el fútbol femenino sea el eje central de la programación, además que esta sea dinámica, con cierto toque de humor e innovador.

3.7.2.2 Análisis de resultado de las entrevistas realizadas a expertos de Medios de Comunicación.

Aquí se puede evidenciar que no existe la cobertura necesaria por parte de los medios de comunicación ya que no están bien visto y sobretodo comercializado, la problemática va más allá de los conceptos ya vistos, existen opiniones que la radio es un medio de masas que llega a la sociedad.

Nos dicen que estas oportunidades van de acorde a las decisiones de los gerentes generales de estas radios ya que ahora se comercializa la gran parte de las notas a trasmitir, por ende, conlleva a estudiar un lenguaje adecuado que trata de una forma no desde el punto femenino ni viéndola a la mujer como delicada utilizando términos no sexistas, ni discriminatorios.

Pues las ventajas que nos expone es que sería de gran ayuda para dar a conocer la actividad y así estén al día con cada participación donde pueden inscribir en cosa que haya menores que les gustaría incursionar en esta actividad futbolística, por otro lado, la desventaja seria que no trasmitan por medio a recibir un rechazo por parte de la sociedad y bajar los índices de su sintonía.

Por otro lado, se hace referencia al futuro que según analizamos es muy prometedor para esta rama del deporte del balompié femenino cada día se acrecienta y va tomando forma y fuerza, pues si analizamos desde el punto de la radio online un programa deportivo lo ve positivo ya que no solo dará facilidad, sino que también tendrá una permanencia enorme ya que cada día nos introducimos a lo tecnológico y la multimedia es así que, con el acceso fácil a las diferentes plataformas, la expansión y difusión se dará de una manera que pueda llegar a las masas.

.

3.7.2.3. Análisis de resultado de las entrevistas realizadas a expertos de Federación Deportiva del Guayas.

Analizamos que la Federación Deportiva Del Guayas, si considera que los medios de comunicación forman parte esencial para la difusión de las chicas en la práctica deportiva, nos comentan que existe ya una obligación que está manejada con el fin de dar a conocer su interés por que sea profesional como en otros países a nivel mundial.

Pues nos expone que por medio de convenios con organismos del estado como sociales podría empezar a generar recursos para la difusión de esta disciplina que son gestiones largas pero que se realizan como proyectos cortos, Asociaciones de féminas ellas son las llamadas a aportar con esta actividad y su difusión para el cambio de paradigmas sociales ya existentes.

Expone como un medio estratégico las plataformas digitales ya que existe un acceso ilimitado de edades ya que ahora la gran parte de la población utiliza un Smartphone donde por medio de sus redes y aplicaciones pueden tener un rápido acceso a este tipo de información

3.7.2.4. Observación de Campo

El entrenamiento de las chicas dentro del campo es el mismo que se les da a los jóvenes de género masculino no existe diferencias en su entrenamiento exponiendo de esta forma, que en los medios de comunicación no se difunde de la misma forma dicha información prevaleciendo la información generada por el balompié masculino.

3.7.3 Comprobación de la hipótesis

Con estas evidencias expuestas a través de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados como: observación, encuesta, entrevista, en los respectivos análisis podemos determinar que nuestra hipótesis planteada sobre la limitada difusión en medios de comunicación influye en la poca información sobre el balompié femenino, que busca culturalizar a la sociedad sobre el fútbol femenino, de esta forma para buscar la solución en conjunto llevaremos a cabo la propuesta a esta problemática.

CAPÍTULO IV

Propuesta

4.1 Diseño de la Propuesta

Diseñar un programa radial online, que permita ejecutar una alternativa diferente a hombres y mujeres sobre la práctica del fútbol femenino, difundiendo la igualdad de forma cultural.

La carencia de información deportiva de las actividades que cumple el fútbol femenino en nuestra ciudad en sus diferentes competencias tanto menores como mayores, me lleva como idea a la producción de un programa deportivo online con el afán de difundir la presencia de esta disciplina que cada día tiene mayor presencia e importancia en el desarrollo de la mujer en este deporte profesionalmente hablando.

Es una actividad casi nueva en nuestro país y por ende en nuestra ciudad, pero sin embargo la presencia de campeonatos locales y nacionales ha permitido un repunte significativo, lo que nos permite crear productos audiovisuales (spot, cuñas) en radios.

Este proyecto presenta como propuesta difundir con un plan comunicacional publicitario donde la idea fundamental es que en su lenguaje presente un mensaje fuerte, diferente y claro y que el mismo tenga ideas originales en su creatividad de manera creativa, persuasiva y eficaz para así, entregarle al oyente y televidente y producto que llame la atención y que grabado con ellos.

Con este plan se estaría explorando un mercado de público objetivo que aún no ha sido explotado totalmente dentro de estos tipos de programas online y nos permite a apertura de nuevos espacios en la radio

guayaquileña que nos ayudan a un impacto sociocultural en nuestra ciudad.

4.2. Objetivos de la Propuesta

4.2.1 Objetivo General

Crear un programa radial online de difusión de la actividad del futbol femenino, que permita entregar a la audiencia una alternativa diferente para que pueda disfrutar de contenidos dinámicos e innovadores utilizando tecnologías de buena calidad para el mejoramiento de la calidad de quienes están inmersas en esta disciplina deportiva.

4.2.2 Objetivos Específicos

1. Fomentar a través del medio digital información que motiven a las mujeres a la participación de esta práctica sin los prejuicios de géneros.
2. Definir en cada segmento de las programaciones de radio, de tal forma que la población deportiva se involucre en cada una de las difusiones.
3. Reestructurar aspectos comunicacionales sobre el fútbol femenino en la radio online.

4.3. Planeación estratégica de la propuesta

Tabla 15: Planeación estratégica de la propuesta

ESTACIÓN: ECUADOR EN DIRECTO (ONLINE)				
Nombre: Puro fútbol femenino				
Eslogan: Una pasión, mujeres en movimiento.				
Dimensiones	Componentes	Responsables	Tiempo	Menú de actividades
EMISIONES AL AIRE: La Programación se transmitirá de lunes y viernes en horario 14H00 – 15H00				
Semiótica deportiva	Signos que se utilizan para dar a conocer este deporte	Lcdo. Jaime de la Cruz Lcdo. Nicolás Manjarrez Asistentes técnicos de Audio	Mayo a Julio del 2019	Productos sonoros
	¿Cuáles son diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos?			Edición de audios
Medios de comunicación tradicionales y las TICs	Torneos locales	Msc. José Vicente Iglesias	Mayo a Julio del 2019	Cobertura de participación
	Falta de difusión de esta disciplina			Reportajes
Entorno social	Costumbres Ideologías Entorno social	Msc. Jhonny Vargas	Mayo a Julio del 2019	Charla instructivas a jugadoras
	Factores culturales			Campaña de sensibilización
Coloquio: socialización de temas presentados				
Finalización de productos				

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: propia

Esta planeación se ejecutará de acuerdo al siguiente cronograma:

Tabla 16: Cronograma de actividades

Actividad	Responsable	Tiempo		
		Mayo	Junio	Julio
Producción radiofónica Investigación selección de contenidos Elaboración de guiones Revisión y grabación final	Lcdo. Jaime de la Cruz Lcdo. Nicolás Manjarrez Asistentes técnicos de Audio	7/05/2019 Presentación de temática deportivas	3/06/2019 Presentación de temática deportivas	1/07/2019 Presentación de temática deportivas
		8/05/2019 Elección de personal para grabar	5/06/2019 Elección de personal para grabar	2/07/2019 Elección de personal para grabar
		9/05/2019 Edición de productos sonoros	6/06/2019 Edición de productos sonoros	3/07/2019 Edición de productos sonoros
		10/05/2019 Socializar productos realizados Presentación de programa de radio	7/06/2019 Presentación de programa de radio	4/07/2019 Socializar productos realizados
		SE REPITEN LAS ACTIVIDADES	SE REPITEN LAS ACTIVIDADES	5/07/2019 Presentación de programa de radio SE REPITEN LAS ACTIVIDADES

Búsqueda de información a nivel nacional (local), del balompié femenino a través de reportajes de medios tradicionales e internet y agencias deportivas blog deportivos	Msc. José Vicente Iglesias	7/05/2019 Identificar fuentes de información páginas especializada s de internet 9/05/2019 Elaboración de cuestionarios 10/05/2019 presentación de productos Presentación en el programa	3/05/2019 presentación de productos Presentación en el programa 5/06/2019 Identificar fuentes de información 6/06/2019 páginas especializada s de internet Elaboración de cuestionarios 7/06/2019 presentación de productos Presentación en el programa	1/07/2019 presentación de productos Presentación en el programa 2/07/2019 Identificar fuentes de información páginas especializada s de internet 3/07/2019 Elaboración de cuestionarios 5/07/2019 presentación de productos Presentación en el programa
---	----------------------------	--	--	--

Reflexionar sobre la forma y contenido de un programa de radio.	Msc. Jhonny Vargas	7/05/2019 lluvia de ideas acerca de los principales intereses 8/05/2019 problemas vinculados con su vida familiar escolar 9/05/2019 social o con otras comunidades en que participan. 10/05/2019 Presentación en el programa	3/06/2019 Presentación en el programa 5/06/2019 lluvia de ideas acerca de los principales intereses 7/06/2019 problemas vinculados con su vida familiar escolar social o con otras comunidades en que participan. 7/06/2019 Presentación en el programa .	1/07/2019 Presentación en el programa 2/07/2019 lluvia de ideas acerca de los principales intereses 3/07/2019 problemas vinculados con su vida familiar escolar 4/07/2019 social o con otras comunidades en que participan. 5/07/2019 Presentación en el programa
---	--------------------	--	---	--

Elaborado por: Marina Iturralde
Fuente: propia

Modelo de programa

NOMBRE DEL PROGRAMA: PURO FÚTBOL FEMENINO UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

FECHA DE EMISIÓN: LUNES Y VIERNES

DURACIÓN: SESENTA MINUTOS (60').

HORARIO DE EMISIÓN: 14:00 A 15:00 P.M.

EMISORA: ECUADOR EN DIRECTO

LOCUTORES:

SUPERVISIÓN TÉCNICA: ÀREA AMBIENTE APRENDIZAJE
FACSO

DIRECTOR: MARINA ITURRALDE TENORIO

OPERADOR:	1. <u>PRESENTACIÓN PRE- GRABADA DEL PROGRAMA PURO FÚTBOL FEMENINO</u>	45''
	2. <u>INGRESA MÚSICA CARACTERISTICA DEL PROGRAMA</u>	10''
	3. <u>INGRESAN A LOS MICRÓFONOS LAS PERIODISTAS.</u>	
LOCUTOR 1:	Ofrece saludo a los visitantes – oyentes, menciona que es la primera emisión dan los créditos de los participantes y anuncia que van a comenzar ofreciendo los contenidos.	1,00''
OPERADOR:	1. <u>CIERRA MICRÓFONOS.</u>	
	2. <u>SUBE DE NUEVO LLA CARACTERISTICA MUSICAL DEL PROGRAMA.</u>	10''
	3. PRESENTACION PRE-GRABADA NOTIFÚTBOL	40''
	4. <u>INGRESAN A MICROFONOS.</u>	
TODOS LOS LOCUTORES:	DESARROLLA el primer segmento de la emisión Notifutbol “los hechos del momento” entrega de información de futbol femenino local, nacional e internacional.	12.00''

OPERADOR:	1. <u>CIERRA MICRÓFONO.</u>	
	2. <u>INGRESA CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA</u>	10''
	3. <u>PRE-GRABADO PROMOCIONAL DEL PROGRAMA.</u>	50''
	4. PRESENTACIÓN PRE-GRABADO DEL SEGMENTO TODAS LAS VOCES	30''
	5. <u>ABRE MICRÓFONO.</u>	
LOCUTOR 1:	Anuncia y desarrolla que está en el espacio” todas las voces” fuentes calificadas del fútbol. Un dialogo a fondo de diferentes temas con invitados que están vinculados al balompié femenino.	10.00''
OPERADOR:	1. <u>DESPEDIDA DEL SEGEMENTO TODAS LAS VOCES</u>	30''
	2. PRE-GRABADOS DE AUDIOS INTERNACIONES DE RADIOS AMIGAS FUTURAS COMPETENCIAS DEL BALOMPIÉ FEMENINO.	2.00''
	3. <u>INGRESAN A MICRÓFONOS.</u>	
LOCUTOR 4:	Desarrolla concurso entrega de camisetas y balones de Fútbol solo participantes mujeres en redes sociales.	2.00''
LOCUTOR 1:	Anuncia quién tendrá a su cargo el tercer bloque “PUPITOS DEL FÚTBOL” vívelo conmigo	1.00''
OPERADOR:	1. <u>PRESENTACIÓN PRE- GRABADA DE PUPITOS DEL FÚTBOL</u>	30''
LOCUTOR 5:	En este espacio se desarrolla y presenta un retrato de una futbolista destacada de las actividades deportivas que desempeña.	10.00''
OPERADOR:	1. <u>CIERRA MICRÓFONO.</u>	
	2. <u>DESPEDIDA DEL SEGMENTO PUPITOS DEL FÚTBOL</u>	30''
	3. <u>PRESENTACIÓN PRE-GRABADA DE UN PROMOCIONAL DEL PROGRAMA</u>	50''
	4. <u>PRESENTACIÓN PRE-GRABAJADA E IDENTIFICADORES</u>	30''

	5. <u>TEMA MUSICAL RELACIONADO CON FUTBOL FEMENINO</u>	3.00''
	6. <u>ABRE MICRÓFONO.</u>	
LOCUTOR 1:	Síntesis del tema musical escuchado. Énfasis a los compositores y músicos de producir nuevos espacios discográficos relacionados con el balompié femenino.	2.00''
OPERADOR:	1. <u>CIERRA MICRÓFONO.</u> 2. FONDO MUSICAL DEL PROGRAMA	10''
	3. SEGUNDA ENTREGA DE PRE-GRABADOS DE AUDIOS INTERNACIONES DE RADIOS AMIGAS ACTIVIDADES DE COMPETENCIAS DEL BALOMPIÉ FEMENINO	2.00''
	4. PRESENTACION DEL SEGMENTO "NUEVAS CANCHAS" 5. <u>ABRE MICRÓFONO.</u>	30''
LOCUTOR 2:	"Nuevas Chanchas" atrevete a pisarla, aquí se desarrolla información y cobertura de las nuevas academias y escuelas de futbol de nuestra ciudad y el país.	5.00''
OPERADOR:	DESPEDIDA PRE-GRABADA DEL SEGMENTO FONDO MUSICAL CARÁCTERÍSTICO	10''
LOCUTOR 1:	Precisa que el tiempo de la primera emisión terminó, despedida de Puro fútbol Femenino.	1.00''
OPERADOR:	CIERRE DE MICROFONO	
	DESPEDIDA PRE-GRABADA DEL PROGRAMA	30''

Esta planeación estratégica contiene: plan, programa, proyecto, actividades y tareas como se puede evidenciar en el anexo 11.

4.4. Presupuesto global de la propuesta

Tabla 17: Otros gastos diversos

Rubro	Descripción	Valor	Fuente de financiamiento	
			Universidad de Guayaquil FACSO	Otros participantes Ecuador en Directo
Transportes	Viáticos	\$ 60	\$24	\$36
Refrigerios	Comida	\$ 100	\$40	\$60
Copias	Documentos guiones	\$ 30	\$12	\$18
Otros	Emergencias	\$ 200	\$80	\$120
Total	-	\$ 390.00	\$156.00	\$234.00

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: Marina Iturralde

En este programa deportivo, están considerados para su participación docentes, funcionarios - técnicos y estudiantes que están aptos para realizar sus prácticas pre profesionales con el régimen de 120-240 horas; de esta manera el presupuesto está justificado porque toda la producción se realizara en el ambiente aprendizaje área radio y emitido por una estación perteneciente a la empresa PROFILMS que mantiene convenio vigente con la FACSO, Universidad de Guayaquil.

Las grabaciones se realizarán en el laboratorio de radio que presenta la infraestructura correspondiente para su realización y por ser FACSO una Institución que tiene presupuesto asignado por el estado no requiere de presupuestos (personal asignado reciben su remuneración y los estudiantes cumplen con exigencias académicas de PPP no remuneradas).

Asi como también cuenta con la implementación de los equipos a utilizar que detallo en la siguiente tabla.

Tabla 18: Recursos Técnicos

Maquinaria	Justificación
2 Micrófonos	Para emitir la voz a los programas especializados de radio
4 Parlantes amplificados	tocadiscos
2 Audífonos profesionales	Concentración de la voz
2 Computadores	Instalación de programas
2 Escritorios	Sostener equipos
1 Pendrive	Almacenar grabaciones
2 consolas	Operar audios
2 Conector XLR	Adaptación para micrófonos
2mouse	Operar maquinas
2Teclados	para editar

Elaborado por: Marina Iturralde

Fuente: propia

Recursos humanos

La gran parte de la producción de la radio revista deportiva se la va a realizar en conjunto con los funcionarios y técnicos responsables del área de radio, así como con estudiantes de sexto, séptimo semestre que se encuentren cruzando la asignatura, Producción Radiofónica una y dos.

Jefe de Ambiente de aprendizaje: supervisara las actividades del equipo humano asignado para cada una de las grabaciones.

Directora puro fútbol femenino: encargada de coordinar la participación de los practicantes con el área asignada, así como de toda la producción asignada.

Producción: etapa asignada para los estudiantes que cumplirán sus prácticas pre-profesionales gracias al convenio PROFILMS – FACSO.

Locutores- estudiantes: los mismos recibirán capacitaciones para la responsabilidad de leer guiones de las diferentes estructuras que tiene el programa

Community manager: los estudiantes serán los responsables del manejo de las redes y portales de la radio revista.

Técnicos editores: son los responsables de las respectivas cabinas y del proceso de grabación y la entrega del producto final.

4.5. Modelo de socialización de la propuesta

Tabla 19

Días	Hora	Actividad	Duración
LUNES Y VIERNES	14H00- 15H00	SEGMENTOS	60 MINUTOS
		Notifutbol “los hechos del momento”	12 MINUTOS
		“Todas las voces”	10 MINUTOS
		PUPITOS DEL FÚTBOL “vívelo conmigo”	1.00 MUNUTO
		“Nuevas Chanchas” atrevete a pisarla	5.00 MINUTOS

4.6. Eslogan de la propuesta

Eslogan: Una pasión, mujeres en movimiento.

4.7. Afiche de Modelo de Socialización



Conclusiones

En esta investigación para el presente trabajo de titulación se analizó la importancia que ha ido adquiriendo el fútbol femenino desde la historia hasta la actualidad como un cambio de los conceptos sobre su práctica y que va en aumento cada vez con la integración de mujeres en escuelas amateur.

Esta disciplina ha tenido cambios significativos pero pocas magnitudes dentro de los medios de comunicación priorizando esta investigación en la programación radial como principal punto la difusión de esta actividad que ya lleva años en nuestro país y no se le da la cobertura necesaria, llegando a estas conclusiones gracias a todo el trabajo investigativo en lo teórico y práctico, con información debidamente recolectada utilizando herramientas que ayuden al proceso de culminación de este estudio de la tesis.

El fútbol femenino necesita que los medios apoyen esta actividad ya que tenemos a los medios como espacios de información que influyen en la sociedad y que crea aficionados como ya existen en el balompié masculino.

Dentro de nuestra propuesta expuse la importancia y factibilidad enfocado en un programa radial online para dar a conocer esta actividad a un público deseoso de un espacio deportivo radial de este tipo que busca referirse a jugadoras sin términos de belleza dando una imagen adecuada a la mujer futbolista y a que los prejuicios han ido reduciendo a gran magnitud gracias a la inclusión de las nuevas generaciones que como primeros hinchas tienen a sus familiares los cuales impulsan esta disciplina.

Recomendaciones

- El proceso de la fabricación de este producto radiofónico nuevo, para salir al aire, está sujeto a ser innovado utilizando las necesidades comunicacionales de las radios online.
- Que las radios deportivas del país deben incluir en su parrilla de programación nuevos programas direccionados al fútbol femenino con un contenido totalmente innovado y que el mismo tenga la empatía con la audiencia
- Que en estos programas participen comunicadoras sociales apasionadas por la radio y que tengan experiencia con la especialidad e investigación del balompié.
- Las comunicadoras deben cumplir las exigencias de una programación radial en lo que tiene que ver con las etapas de producción, elementos y estructuras radiofónicas, para así garantizar la entrega de buenos productos.
- En la elaboración y creación del producto deben participar docentes y estudiantes de la FACSO, interesados en el periodismo deportivo con el convenio existente.
- El personal técnico seleccionado serán profesionales pertenecientes a la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en cada una de sus áreas con capacidades para resolver en forma precisa el requerimiento de post producción de las emisiones.

Bibliografía

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>

https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/405706/MARY%20MAHMOUD_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/625/1/TESIS%20DESARROLLO%20FUTBOL%20FEMENINO%20%28ULTIMA%29%20SUSSY%20SALAZAR.pdf>

<https://fedeguayas.com.ec/>

<https://es.fifa.com/about-fifa/who-we-are/>

<http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>

<https://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2265/1/T-ULVR-2062.pdf>

[file:///C:/Users/Radio/Downloads/Dialnet-TransgresionesFemeninasFutbolUnaMiradaDesdeLaCaric-3421411%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Radio/Downloads/Dialnet-TransgresionesFemeninasFutbolUnaMiradaDesdeLaCaric-3421411%20(2).pdf)

<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959056.pdf>

https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/enfoque/Documents/2016/enfoque_2016_10.pdf

<http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=1590>

http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3729/1/112218.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Fotos de Entrevista



Anexo 2: Fotos en el lugar de entrenamiento





Anexo 3: Presentación del Programa

CONTROL:

TEMA CARACTERÍSTICO DEL PROGRAMA

LOCUTOR:

Porque el deporte nos une:
Ecuador en Directo presenta, su radio revista deportiva "PURO FÚTBOL FEMENINO" una pasión, mujeres en movimiento. Producida por los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la UG. PURO FÚTBOL FEMENINO, un espacio dinámico con la inclusión de formatos de interés sobre el balompié femenino en el Ecuador y el mundo. PURO FÚTBOL FEMENINO, 60 minutos en las voces de sus protagonistas. PURO FÚTBOL FEMENINO tiene entrevistas en vivo, información del momento, reportes internacionales. Ya está aquí PURO FÚTBOL FEMENINO una pasión, mujeres en movimientos Bienvenidos.

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

Anexo 4: Identificadores del Programa

Nombre del Programa: “PURO FÚTBOL FEMENINO”

UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

Fecha:

Hora: 14h00

Duración: (60').

Medio: ECUADOR EN DIRECTO

Locutor: LIA HOLGUIN - DIANA BURGOS

Dirección: MARINA ITURRALDE TENORIO

IDENTIFICADOR

CONTROL:

EFFECTO SONORO DE TELEFONO

LOCUTOR:

Contáctese con nosotros al 09-97-998-6232

Somos “PURO FÚTBOL FEMENINO”

UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

CONTROL:

SUBE EFFECTO SONORO DE TELEFONO

IDENTIFICADOR

CONTROL:

EFEECTO SONORO DE TELEFONO

LOCUTOR:

Síguenos en nuestras fans page: PURO
FÚTBOL FEMENINO

CONTROL:

SUBE EFECTO SONORO DE TELEFONO

Anexo 5: Promocional del Programa

Nombre del Programa: “PURO FÚTBOL FEMENINO”
UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

Fecha:

Hora:

14h00

Duración:

(60’).

Medio:

ECUADOR EN DIRECTO

Locutor:

LIA HOLGUIN – DIANA BURGOS

Dirección:

MARINA ITURRALDE TENORIO

PROMOCIONAL

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

Te invitamos a seguirnos todos los lunes y
viernes a partir de las 14h00 a escuchar “PURO
FÚTBOL FEMENINO” UNA PASIÓN, MUJERES
EN MOVIMIENTO.

“Puro fútbol femenino” para todas las edades,
un espacio dinámico con la inclusión de formatos
de interés sobre el balompié femenino en el
ecuador y el mundo.

“Puro fútbol femenino” 60 minutos de entretenimiento e información completa de la disciplina deportiva femenil.

“PURO FÚTBOL FEMENINO” UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

Anexo 6: Despedida del Programa

CONTROL:

TEMA CARACTERISTICO DEL PROGRAMA

LOCUTOR:

Hemos presentado “PURO FÚTBOL FEMENINO” una pasión, mujeres en movimiento. Agradecemos por haber compartido con nosotros 60 minutos de información netamente deportiva del futbol femenino. Los invitamos en nuestra próxima emisión por esta misma estación somos “PURO FÚTBOL FEMENINO” una pasión, mujeres en movimiento.

CONTROL:

TEMA CARACTERISTICO DEL PROGRAMA

Anexo 7: Segmento del Programa

Nombre del Programa: “PURO FÚTBOL FEMENINO”
UNA PASIÓN, MUJERES EN MOVIMIENTO.

Fecha:
Hora: 14h00
Duración: (60’).
Medio: ECUADOR EN DIRECTO
Locutor: LIA OLGUIN
Dirección: MARINA ITURRALDE TENORIO

SEGMENTO

CONTROL: **MUSICA DE FONDO SE MANTIENE**

LOCUTOR: A ESTA HORA PRESENTAMOS SU
SEGMENTO Notifutbol “los hechos del
momento”

CONTROL: **MUSICA DE FONDO SE MANTIENE**

CONTROL: **MUSICA DE FONDO SE MANTIENE**

LOCUTOR: Hasta aquí con ustedes Notifutbol “los hechos
del momento”

CONTROL: **MUSICA DE FONDO SE MANTIENE**

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

Es tiempo de entrevistas comenzamos con su segmento "Todas las voces"

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

hasta aquí "Todas las voces" fuentes calificadas del fútbol.

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

Presentamos su segmento "PUPITOS DEL FÚTBOL" vívelo conmigo

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

hasta aquí ha llegado con ustedes "PUPITOS DEL FÚTBOL" vívelo conmigo

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

Puro Fútbol femenino presenta su segmento "Nuevas Chanchas" atrevete a pisarla

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

LOCUTOR:

Puro Fútbol femenino presento su segmento
“Nuevas Chanchas” atrevete a pisarla

CONTROL:

MUSICA DE FONDO SE MANTIENE

Anexo 8: FORMATO ENCUESTA

Formato de encuesta aplicado a jugadoras de fútbol de la Federación Deportiva del Guayas y formativa José Tenorio, sobre “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”.

Información General

1. Lugar de residencia

1. Norte
2. Sur-oeste
3. Sur
4. Centro

2. ¿Cuántas mujeres que conoce practica fútbol?

1. De 1 – 2
2. De 3 – 4
3. De 5 - 6

3. Edad del informante

1. 17 -18
2. 19-20
3. 21-22
4. 23-24

Información Específica

1. ¿Le gusta mirar, escuchar o leer sobre fútbol femenino en los medios como la TV, radio, diarios, revistas o Internet?

1. Si
2. No
3. No está segura /NC

2. Frecuencia que sigue el fútbol femenino en los medios de comunicación

- 1. Todos los días
 - 2. Varias veces a la semana
 - 3. Una vez a la semana
 - 4. Una vez al mes
-

3. ¿Cree que los medios de comunicación en Guayaquil le dan importancia al fútbol femenino?

- 1. Sí
 - 2. No
 - 3. No está segura / NC
-

4. ¿Cree que los medios debieran dar más espacio al balompié femenino?

- 1. Sí
 - 2. No
 - 3. No está segura / NC
-

5. ¿Con qué frecuencia sigue a otros deportes -sin contar al fútbol femenino- en los distintos medios?

- 1. Todos los días
 - 2. Varias veces a la semana
 - 3. Una vez a la semana Una vez al mes
-

6. ¿Cuál o cuáles deportes sigue en los distintos medios de comunicación?

- 1. Básquet
 - 2. Natación
 - 3. Vóley
 - 4. Automovilismo
 - 5. Fútbol americano
 - 6. Béisbol Atletismo
 - 7. Ciclismo
 - 8. Motociclismo
-

7. ¿sigue o busca información sobre algún deporte que no sea fútbol femenino en los medios como la TV, radio, diarios, revistas o internet?

- 1. Sí
 - 2. No
 - 3. No está segura / NC
-

8. ¿Encuentra con facilidad información sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación masiva?

- 1. mucha
- 2. poca
- 3. nada

Anexo 9: Formato de Entrevistas

LOCUTOR DE PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES

NOMBRES:

LUGAR DE TRABAJO:

PROFESION:

- 1. ¿Cuál es su opinión sobre la presencia del fútbol femenino en su medio de comunicación en el programa de deporte?**
- 2. ¿Qué oportunidades ofrece la radio para comunicar sobre el balompié femenino?**
- 3. ¿Considera usted que es importante la creación de un programa radial solo dirigido al fútbol femenino?**
- 4. ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de tener un programa radial de fútbol femenino?**
- 5. ¿Cómo visualiza los programas radiales de deportes incluyendo a mujeres en su práctica en el futuro?**
- 6. ¿Cuál cree usted que sería el nivel de aceptación de un programa de balompié femenino?**

LOCUTOR DE PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES ONLINE

NOMBRES:

LUGAR DE TRABAJO:

- 1. ¿Tiene conocimiento del fútbol femenino?**
- 2. ¿Considera de vital importancia el aporte de un medio online de fútbol femenino?**
- 3. ¿Cómo se visualiza la difusión a las redes online dentro de 10 años a nivel de fútbol femenino?**
- 4. ¿Usted considera que la online cumple la función de informar, entretener y educar sobre el fútbol femenino?**
- 5. ¿Qué tanto frecuenta las plataformas digitales deportivas?**

Entrevistas

Direccionamiento:

Objetivos:

NOMBRE:

LUGAR DE TRABAJO:

1. **¿Considera usted que los medios de comunicación pueden constituirse formativo para la ciudadanía dando a conocer el fútbol femenino?**
2. **¿Dentro de la programación de un medio de comunicación que temas se deberían abordar con respecto al fútbol femenino?**
3. **¿Qué compromisos tiene Federación Ecuatoriana de Fútbol para aportar en la difusión del balompié?**
4. **¿Cómo Federación Deportiva del Guayas podría generar recursos para difundir el deporte femenino?**
5. **¿Le gustaría evidenciar programas radiales sobre el balompié femenino?**

Entrevistas

NOMBRE:

LUGAR DE TRABAJO:

1. **¿Considera usted que los medios de comunicación pueden constituirse formativo para la ciudadanía dando a conocer el fútbol femenino?**
2. **¿Dentro de la programación de un medio de comunicación que temas se deberían abordar con respecto al fútbol femenino?**
3. **¿Qué recomendaría a los directivos de Federación Ecuatoriana de Fútbol para aportar en la difusión del balompié femenino?**
4. **¿Le gustaría evidenciar programas radiales sobre el balompié femenino?**

Anexo 10: Carta al jefe de ambiente de aprendizaje FACSO

Guayaquil, enero 29 de 2019

Magister

Luis Castillo

JEFE DE AMBIENTE DE APRENDIZAJE FACSO

Presente. -

De mis consideraciones:

Que el presente sirva para saludarle, y con la finalidad de llevar a cabo un proyecto de titulación y que es un requisito para optar con el título de Licenciada de Comunicación Social, a usted muy respetuosamente.

Expongo y solicito:

Que la ejecución de mi proyecto “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”, se me permita realizarlo en el proceso de grabación en los talleres de Ambiente de Aprendizaje área radio, con la participación de funcionarios y personal técnico asignado y con la coordinación de una agenda establecida que no altere la programación normal de actividades, en la entrega de nuestro producto final, para luego ser emitido en la estación online Ecuador en Directo, la misma que tiene convenio Institucional con FACSO.

El trabajo académico lo realizarán los futuros profesionales, que se encuentran cumpliendo sus prácticas pre-profesionales (120-240 horas) los mismos que buscan desarrollar un proceso que construya conocimientos, habilidades, aptitudes y valores, a través de una experiencia directa, en la producción de nuestro programa radial.

Atentamente,

Marina Iturralde Tenorio.

Responsable del Proyecto

Anexo 11: Cuadro referencial del plan estratégico que debe aplicarse de acuerdo a la propuesta.

Plan	Programa	Proyecto	Actividades	Tareas
Diseñar un programa radial online, que permita ejecutar una alternativa diferente a hombre y mujeres sobre la práctica del fútbol femenino, difundiendo la igualdad de forma cultural.	Seleccionar temas	Temas de Segmentos	Grabaciones	Buscar información
	Elaboración de guion	Estructura de segmentos	Coberturas	Identificar lugares
	Revisión y cobertura	Verificar personaje	Intercomunicación con el individuo	Entrevista

Anexo 12: Carta al director de PROFILMS

Guayaquil, enero 29 de 2019

Licenciado
Jaime De La Cruz.
DIRECTOR DE PROFILMS
Presente. -

De mis consideraciones:

Que el presente sirva para saludarle, y con la finalidad de llevar a cabo un proyecto de titulación y que es un requisito para optar con el título de Licenciada de Comunicación Social, a usted muy respetuosamente.

Expongo y solicito:

Que la ejecución de mi proyecto “EL FÚTBOL FEMENINO Y SU PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, GUAYAQUIL 2018”, se me permita transmitir como producto final en la Estación Ecuador en Directo los días lunes y viernes en el horario 14h00 a 15h00 el trabajo de grabación y de pos- producción se los talleres de Ambiente de Aprendizaje área radio, de la FACSO con una agenda establecida. En requerimiento lo hago en relación al convenio Institucional que existe con la empresa que usted acertada mente dirige y donde los estudiantes de nuestra facultad se encuentran cumpliendo con sus respectivas prácticas profesionales (120-240 horas).

Atentamente,

Marina Iturralde Tenorio.
Responsable del Proyecto

