



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO DE PERIODISMO**

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COBERTURA MEDIÁTICA  
AL FÚTBOL FEMENINO EN EL MEDIO RADIAL “CARAVANA”  
750 AM Y EL PROGRAMA DE INSTAGRAM “FUTGOOOLEC”**

**TUTOR**

**MSC. EVELIN CADENA CHILA**

**AUTORES**

**GEOVANNY STEVEN OLAYA CABALLERO**

**MARÍA ÁNGELES RIVERA CHICA**

**GUAYAQUIL**

**2020**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TITULO:</b> Estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “Futgooolec”	
<b>AUTOR:</b> Geovanny Steven Olaya Caballero María Ángeles Rivera Chica	<b>REVISORES:</b> MGs. Evelin Cadena Chila
<b>INSTITUCION:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> Ciencias Sociales y Derecho
<b>CARRERA:</b> Periodismo e Información	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2020	<b>N. DE PÁGS.</b> 87
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e información	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Radio, Deporte, Medios de comunicación, Usuario cultural, Estereotipos.	
<p><b>RESUMEN:</b> El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo general analizar la difusión de contenido sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación de radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram y como objetivos específicos, caracterizar la cobertura que hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” al futbol femenino, también establecer la comparación respecto a la cobertura que le hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram a esta categoría futbolística, así como también identificar la opinión de periodistas de futbol que laboren en radio “Caravana” y Futgooolec, sobre la cobertura del futbol femenino en la actualidad.</p> <p>Se practicaron una serie de encuestas, así como de entrevistas a narradores destacados del futbol, lo que permitió concluir al final del trabajo que el futbol femenino ha tenido un auge importante en la actualidad y ello se ve reflejado en el hecho que ya programas de futbol masculino tienen secciones donde se habla de lo más resaltante del futbol femenino, de los partidos más importantes a disputarse, pero también hay que reconocer que a pesar de este auge todavía el futbol femenino está muy distante de los niveles de audiencia del futbol masculino.</p> <p><b>Palabras Claves:</b> Radio, Deporte, Medios de comunicación, Usuario cultural, Estereotipos.</p>	

<b>N. DE REGISTRO</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web)</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Geovanny Steven Olaya Caballero María Ángeles Rivera Chica	<b>Teléfono:</b> 0986430988  0939311087	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:golayac@ulvr.edu.ec">golayac@ulvr.edu.ec</a>  <a href="mailto:mrivrac@ulvr.edu.ec">mrivrac@ulvr.edu.ec</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MsC. Patricia Jurado Ávila <b>Teléfono:</b> (04) 2596500 Ext. 250 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:pjuradoa@ulvr.edu.ec">pjuradoa@ulvr.edu.ec</a>  MsC. Julissa Villanueva Barahona <b>Teléfono:</b> (04) 2596500 Ext. 300 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:jvillanuevab@ulvr.edu.ec">jvillanuevab@ulvr.edu.ec</a>	

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Tesis María Rivera y Geovany Olaya

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**3%**

INDICE DE SIMILITUD

**3%**

FUENTES DE  
INTERNET

**1%**

PUBLICACIONES

**2%**

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

1%

★ [www.globalintegrity.org](http://www.globalintegrity.org)

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Apagado



**Docente Tutor**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “**Estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “Futgoolec”** nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

### CERTIFICO

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “**Estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “Futgoolec”** presentado por los estudiantes Geovanny Steven Olaya Caballero y María Ángeles Rivera Chica como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para la sustentación.

Firma



---

Tutor: MSc. Evelin Cadena Chila

C.I. 0925815532

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado, **GEOVANNY STEVEN OLAYA CABALLERO** y **MARÍA ÁNGELES RIVERA CHICA**, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es):



**Geovanny Steven Olaya Caballero**

C.I. 0952830206



**María Ángeles Rivera Chica**

C.I.0953152089

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación en primer lugar a Dios por guiarme por el camino correcto y darme sabiduría para terminar de forma exitosa mi carrera profesional.

A mis padres, mis guerreros de Dios que pese a las adversidades siempre me apoyan incondicionalmente.

Dedico este logro profesional a mi hija Victoria, por ser un motivo más de superación en mi vida.

María Ángeles Rivera Chica

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios y a mis padres por brindarme el apoyo incondicional y la fortaleza para culminar mis estudios, por darme sus palabras de aliento cuando ya no tenía fuerzas para seguir.

A mi compañero de estudio y vida por alentarme siempre en cada cobertura periodística, por la paciencia y el amor que me demuestra día a día.

Agradezco también a mis docentes de la carrera por las enseñanzas brindadas en las aulas de clase y fuera de ellas para desarrollarnos profesionalmente.

María Ángeles Rivera Chica

## **AGRADECIMIENTO**

Infinitas gracias doy a Dios por ayudarme a terminar mis estudios de tercer nivel y a la vez agradezco a mis padres por inculcarme valores que me ayudaron a ser un hombre de bien y un gran profesional que cumple sus sueños.

Agradezco a los periodistas que con sus conocimientos y experiencias nos abrieron las puertas para las entrevistas realizadas en este trabajo de investigación y nos ayudaron a finalizar la tesis con grandes enseñanzas del mundo profesional deportivo.

Geovanny Steven Olaya Caballero

## **DEDICATORIA**

Dedico este triunfo en primer lugar a Dios y a mis padres por haberme guiado en el camino correcto.

A mi querida compañera de vida, le doy las gracias por ayudarme en esta etapa universitaria y darme la dicha de ser PAPÁ.

A mis docentes y tutores, gracias por impartir sus conocimientos

Geovanny Steven Olaya Caballero

## RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo general analizar la difusión de contenido sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación de radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram y como objetivos específicos, caracterizar la cobertura que hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” al futbol femenino, también establecer la comparación respecto a la cobertura que le hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram a esta categoría futbolística, así como también identificar la opinión de periodistas de futbol que laboren en radio “Caravana” y Futgooolec, sobre la cobertura del futbol femenino en la actualidad.

Se practicaron una serie de encuestas, así como de entrevistas a narradores destacados del futbol, lo que permitió concluir al final del trabajo que el futbol femenino ha tenido un auge importante en la actualidad y ello se ve reflejado en el hecho que ya programas de futbol masculino tienen secciones donde se habla de lo más resaltante del futbol femenino, de los partidos más importantes a disputarse, pero también hay que reconocer que a pesar de este auge todavía el futbol femenino está muy distante de los niveles de audiencia del futbol masculino.

**Palabras Claves:** Radio, Deporte, Medios de comunicación, Usuario cultural, Estereotipos

## **ABSTRACT**

The present research work had the general objective of analyzing the dissemination of content on women's football in the radio media "Caravana" and the "Futgooolec" program broadcast by Instagram, and as specific objectives, to characterize the coverage made by radio "Caravana" and the "Futgooolec" program for women's soccer, also establish the comparison regarding the coverage of "Caravana" radio and the "Futgooolec" program transmitted by Instagram to this soccer category, as well as identify the opinion of soccer journalists who work on radio "Caravana" and Futgooolec, on the coverage of women's football today.

A series of surveys were carried out, as well as interviews with prominent soccer narrators, which allowed us to conclude at the end of the work that women's soccer has had a significant boom today and this is reflected in the fact that soccer programs They have sections where they talk about the most outstanding aspects of women's soccer, the most important games to be played, but it must also be recognized that despite this boom, women's soccer is still very far from the audience levels of men's soccer.

**Key Words:** Radio, Sport, Media, Cultural user, Stereotypes

# ÍNDICE GENERAL

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b> .....	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	V
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
DEDICATORIA.....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT .....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICES SECUNDARIOS .....	XIII
Índice de tablas.....	XIII
Índice de gráficos .....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	4
1    EL PROBLEMA.....	4
1.1.    Planteamiento del problema.....	4
1.2.    Formulación del problema .....	5
1.3.    Sistematización del problema .....	5
1.4.    Objetivos de la investigación.....	6
1.4.1.    Objetivo general.....	6
1.4.2.    Objetivos específicos.....	6
1.5.    Justificación de la investigación .....	6
1.7.    Hipótesis de la investigación o idea a defender (dependiendo del tipo de investigación).....	8
1.8.    Definición de las variables.....	8
1.9.    Línea de investigación institucional/ Facultad.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1.    Estado de Arte del estudio .....	9
2.1.1.    En la esfera internacional.....	9
2.1.2.    En la esfera nacional .....	11
2.1.3.    En la esfera local .....	12
2.2.    Marco Referencial .....	14
2.2.1.    Antecedentes históricos del periodismo deportivo.....	14

2.2.2.	El periodismo deportivo.....	15
2.2.3.	Periodismo deportivo femenino .....	16
2.2.4.	Estatus actual del periodismo deportivo y la cobertura mediática .....	17
2.2.5.	Teorías que fundamentan el periodismo deportivo.....	18
2.2.6.	Futbol femenino en Argentina .....	19
2.2.7.	Medios argentinos que difunden el futbol femenino.....	22
2.2.8.	Fútbol femenino en Ecuador .....	23
2.2.9.	Futbol femenino en Estados Unidos.....	25
2.2.10.	Información de los medios .....	27
2.3.	Marco conceptual .....	28
2.3.1.	Periodismo .....	28
2.3.2.	Competencias de un periodista.....	29
2.3.3.	Cobertura mediática .....	30
2.3.4.	Periodismo deportivo.....	32
2.3.5.	Ideología de género .....	32
2.4.	Marco legal .....	32
	TÍTULO II DERECHOS .....	33
	Sección tercera. Comunicación e Información.....	33
	LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (2013) TÍTULO I.....	34
3.	METODOLOGIA .....	36
3.1.	Metodología de la investigación .....	36
3.2.	Diseño de la investigación.....	36
3.3.	Métodos de investigación .....	36
3.4.	Método descriptivo .....	37
3.5.	Analítico .....	38
3.6.	Sintético .....	39
3.7.	Deductivo.....	39
3.8.	Métodos comparativos .....	40
4.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	40
4.1.	La entrevista.....	40
4.2.	Encuesta.....	41
4.3.	Población .....	41
4.4.	Muestra.....	41
5.	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS .....	42
6.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS .....	53
	CONCLUSIONES.....	54
	RECOMENDACIONES.....	55

Referencias bibliográficas consultadas .....	56
ANEXOS.....	58
Entrevistas .....	58
7. Evidencia Fotográfica .....	69
Modelo de encuesta .....	73

## ÍNDICES SECUNDARIOS

### Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Definición de variables .....	8
<b>Tabla 2.</b> Clubes de la Costa .....	13
<b>Tabla 3.</b> Medios de comunicación en Argentina.....	23
<b>Tabla 4.</b> Misión y Visión de FutGoolEc .....	27
<b>Tabla 5.</b> Edad.....	42
<b>Tabla 6.</b> Sexo.....	43
<b>Tabla 7.</b> Medios de Comunicación .....	44
<b>Tabla 8.</b> Cobertura al fútbol femenino .....	45
<b>Tabla 9.</b> Cobertura mediática.....	46
<b>Tabla 10.</b> Fútbol femenino en Guayaquil.....	47
<b>Tabla 11.</b> Apoyo al fútbol femenino .....	48
<b>Tabla 12.</b> Torneos de fútbol femenino .....	49
<b>Tabla 13.</b> Desigualdad de género.....	50
<b>Tabla 14.</b> <i>Deporte practicado solo por hombres</i> .....	51
<b>Tabla 15.</b> Audiencia de medios de comunicación .....	52

### Índice de gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	42
<b>Gráfico 2.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	43
<b>Gráfico 3.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	44
<b>Gráfico 4.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	45
<b>Gráfico 5.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	46
<b>Gráfico 6.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	47
<b>Gráfico 7.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	48
<b>Gráfico 8.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	49
<b>Gráfico 9.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	50
<b>Gráfico 10.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	51
<b>Gráfico 11.</b> Cobertura del Fútbol Femenino .....	52

# INTRODUCCIÓN

El fútbol es considerado el deporte rey, y para nadie es un secreto que es la disciplina más practicada y vista a nivel mundial, desde los jóvenes hasta adultos de la tercera edad observan este deporte en todo el planeta tierra y el evento deportivo más observado, es el mundial de fútbol. En la actualidad se ha visto como el fútbol femenino, ha tomado un auge importante tanto en su práctica como en la audiencia, esto ha traído como consecuencia que cada día el sexo femenino practique más este deporte.

Los niveles de audiencia de esta disciplina tanto a nivel mundial, nacional y local han ido en aumento se observa como ya este deporte se practica a nivel global con una gran competitividad, se observan ligas femeninas como la argentina, la brasileña, la americana y en países europeos como en España donde juega la mejor futbolista del mundo Deyna Castellanos quien juega para el Atlético de Madrid, de donde se observa que ya no solo son famosos futbolistas masculinos como Lionel Messi o Cristiano Ronaldo ya se encuentran mujeres de esta disciplina que son unas celebridades. Este punto es importante también por el aspecto económico para estas deportistas ya que a mayor nivel de competitividad y audiencia mayor son sus ingresos económicos.

El estudio del fútbol femenino es importante ya que destruye ese viejo mito que el fútbol es un deporte solo para hombres y que solo ellos pueden practicarlo deja atrás esas creencias que las mujeres solo sirven para realizar labores domésticas y que no pueden practicar ninguna disciplina deportiva. En la actualidad se evidencia como las mujeres pueden practicar este deporte y a niveles de alta competencia, se observa como existen ligas femeninas a nivel mundial lo que también entusiasma a otras mujeres a practicar esta disciplina que anteriormente estaba casi reservada exclusivamente para el género masculino.

Esta investigación es abordada con la finalidad de analizar la difusión de contenido sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación de radio “Caravana” y el programa “Futgoolec”, ello para determinar y medir que tan efectiva es la cobertura del futbol femenino en la ciudad de Guayaquil, verificar que tanta es la receptividad que genera el futbol femenino, así como también poder determinar si los programas que se transmiten del futbol femenino motivan a que esta disciplina sea practicada por jóvenes de este sexo.

El propósito y alcance de la presente investigación es poder mostrar cual es la realidad de la audiencia del futbol femenino en la ciudad de Guayaquil a través de los programas antes descritos, de esta manera se conocerá que tan importante resulta en la actualidad la práctica y la difusión el futbol femenino en la ciudad de Guayaquil y si la diferencia entre el futbol masculino y el femenino sigue siendo muy amplia o se ha reducido.

En el capítulo I se hace referencia al problema, su formulación, sistematización y a los objetivos tanto el general como los particulares. En este capítulo se hace referencia a que desde siempre se ha considerado al deporte del futbol como un deporte netamente masculino, bajo la falsa creencia que las mujeres no pueden practicar este deporte, lo cual se ha demostrado que es falso, e inclusive se observa como las mujeres tienen hasta su propio campeonato.

En el capítulo II, se hace referencia a la situación del futbol femenino desde una panorámica internacional, luego se aborda la realidad nacional, para por último tocar el plano local de este deporte, donde se evidencia cómo ha evolucionado el mismo en los últimos tiempos. Se aborda también haciendo las comparaciones de cómo se vive el futbol femenino tanto en Argentina como en Estados Unidos.

En el capítulo III, se toca la parte metodológica, donde se realizaron encuestas, así como también entrevistas a periodistas especialistas en materia del fútbol con la finalidad de observar su opinión en relación a la cobertura que se le da a esta disciplina, tanto en medios tradicionales como la radio, así como también en las redes sociales como Instagram.

En esta parte de la investigación también se hizo un estudio sobre los métodos de la investigación y el diseño de la investigación. Por último, se establecieron las conclusiones a que se llegó en la presente investigación, así como las recomendaciones que se hacen en relación a los resultados obtenidos en la presente investigación.

## **CAPITULO I**

**Título:** Estudio comparativa de la cobertura mediática sobre el fútbol femenino en el medio radial “Caravana” 750 AM y el medio digital “FutgoolEc”

### **1 EL PROBLEMA**

#### **1.1.Planteamiento del problema**

Alrededor del mundo, uno de los deportes más conocidos es el futbol, un juego de pasión, que al principio solo era jugado por hombres, debido a la segregación en los deportes que se tiene hacia la mujer, estas no tenían permitido jugar, dado que a las mujeres se las consideraba como una persona débil física, intelectual y moralmente, además de ser consideradas como sentimentalistas, cuyas únicas funciones, eran la concepción y el cuidado permanente de su hogar (Garton & Hijós, 2017).

Esta idealización de la mujer, aunque es anticuada, en la actualidad sigue siendo un pensamiento que forma parte de la colectividad, y en el ámbito deportivo sigue manteniendo barrera de género, lo que ha provocado debates y luchas de la integración de las mujeres al futbol, y aunque este objetivo se ha logrado, la difusión de partidos femeninos no se trasmite al mismo nivel que se emiten los partidos de hombres.

La definición de lo masculino y femenino es lo que provoca que la sociedad vea al futbol femenino distinto al masculino, ya que, al momento de hablar de las féminas deportistas, se centran más en su belleza, que, en su práctica deportiva, haciéndolo ver como un hobby y no de forma profesional (Chávez, 2016). Es así como los estereotipos biológicos y prejuicios, obligaron a las mujeres a aceptar su condición de inferioridad limitándola.

En la actualidad la afiliación de las mujeres en los deportes considerados tradicionalmente para hombres, desafía la construcción social de género, por ello, las deportistas tienen que luchar, en contra de una sociedad que no las apoya, a la misma medida que a los varones.

En Ecuador, ya sea consciente o inconsciente, las personas siguen considerando a las mujeres como inferiores físicamente, contrario a lo que ellos piensan, existen registros de mujeres que ganan medallas de oro en los Juegos Olímpicos y deportes considerados solo para varones, según él (Ministerio del Deporte, 2011), en 1951, el equipo femenino de baloncesto ecuatoriano, gana la primera medalla de oro, en el primer Campeonato Mundial, en los Juegos Bolivarianos, de Caracas.

Con el tiempo los estereotipos evolucionan, dando paso al futbol femenino, como un deporte que se está acentuando en Ecuador, ganando un espacio obtenido con el esfuerzo y dedicación de las jugadoras, pero el respaldo y tolerancia en la cancha es escasa, dado que la ideología cultural no les permite avanzar, por los conceptos machistas que siguen estando en la mentalidad de las personas y que no se ha logrado cambiar.

Así como los hinchas del futbol masculino no le otorgan la misma importancia al futbol femenino, de la misma forma los comentaristas y medios de comunicación no lo valoran y apenas lo toman en cuenta. En un área común esta diferencia no es tan visible, pero dentro del ámbito profesional, esta brecha es notable, convirtiéndolo en un tema controversial.

Es así, como se define que, aunque existan proyectos nuevos, en donde el futbol femenino debe estar al mismo nivel que el masculino, las empresas no invierten publicidad en este tipo de torneos, porque los mismos medios de información, disminuyen el impacto del futbol femenino, por ende, no vende ni logra genera auspiciantes.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es la cobertura que se le da al futbol femenino en la estación de radio “Caravana” 750 AM y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram?

## **1.3. Sistematización del problema**

- ¿Cuál es la línea editorial de la estación de radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram?
- ¿Qué importancia le da radio Caravana y Futgooolec a la cobertura del futbol femenino?
- ¿Cuál es la opinión profesional de comentaristas deportivos, sobre la cobertura que se le da al futbol femenino?
- ¿Cómo se podría incentivar la cobertura del futbol femenino?

## **1.4.Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar la difusión de contenido sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación de radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar la cobertura que hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram al futbol femenino
- Establecer la comparación respecto a la cobertura que le hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram al futbol femenino
- Identificar la opinión de comentaristas de futbol que laboren en radio “Caravana” y Futgooolec, sobre la cobertura del futbol femenino en la actualidad

## **1.5.Justificación de la investigación**

Desde los años setentas el futbol femenino es una realidad de Ecuador, sin embargo, una realidad de la que no se habla es de la poca cobertura que se le da, con la intención de resolver esta problemática se realizó un Campeonato Nacional Femenino en el 2013, una colaboración de la Comisión Nacional de Futbol Aficionado (CONFA) y el Ministerio de Deporte (Ministerio del Deporte, 2016).

Aún con estos intentos de realzar el futbol femenino, el resultado quedó relegado a definir que el futbol femenino no vende, y es este motivo en el que se defienden los medios de radio y televisión para no darles mayor importancia, cometiendo los mismos errores que siempre se han cometido al momento de cubrir deportes femeninos.

Los medios de comunicación masivos, son los que deciden, a que noticias o hechos les brindan importancia y, cuales quedan relegados, por ser considerados como irrelevantes, este mismo tipo de selección se ve en el ámbito de la cobertura deportiva, en Ecuador la preferencia de cubrir al futbol, más que otro deporte es evidente.

Sin embargo, al ser un país que prefiere al futbol antes que otros deportes, por qué no se le da la misma cobertura al futbol femenino que al masculino, esta es la importancia que gira en torno al tema de investigación, que se propone mejorar las falencias de la cobertura por parte de los medios al futbol femenino en Ecuador, para de esta manera darle la misma relevancia que tiene el futbol masculino, ya que los medios masivos no le otorgan la misma difusión.

Este proyecto pretende demostrar a la audiencia, que se deben romper los estereotipos, brindándoles a las mujeres las mismas oportunidades que se les da a los hombres, señalando que, en la actualidad las barreras de género, no deben formar parte de la sociedad, por lo que una igualdad de género es imprescindible, para que el futbol femenino obtenga la importancia de cobertura mediática de sus partidos.

De la misma manera, este proyecto de titulación, pretende ser una guía profesional para el futbol femenino ecuatoriano, y para futuros trabajos que se basen en temas similares al de esta investigación, como una ayuda o consulta, beneficiándose de los resultados que se hallarán en este trabajo.

## 1.6. Delimitación o alcance de la investigación

**Campo:** Medios de Comunicación

**Área:** Medio de comunicación televisivos y radiales.

**Tiempo:** 2019-2020

**Aspecto:** Analizar la cobertura mediática del fútbol femenino en la estación de radio “Caravana” 750 AM y el medio “Futgoolec” en su programa transmitido por Instagram.

**Alcance geográfico:** el tema se ejecuta en el contexto guayaquileño, provincia del Guayas del Ecuador.

**Alcance poblacional:** Dirigido específicamente a los hinchas del deporte futbolístico

## 1.7. Hipótesis de la investigación.

El aumento de cobertura mediática en torno al fútbol femenino nacional, mejoraría la percepción y visión que existe sobre el profesionalismo de este deporte.

## 1.8. Definición de las variables

**Tabla 1.** Definición de variables

<b>Variable dependiente</b>	Cobertura mediática
<b>Variable independiente</b>	Fútbol femenino

**Elaborado por:** Olaya & Rivera (2019)

## 1.9. Línea de investigación institucional/ Facultad

- **Línea institucional**

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación

- **Línea de la Facultad**

Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Estado de Arte del estudio**

##### **2.1.1. En la esfera internacional**

Para el perfeccionamiento del presente trabajo de investigación, se debe tomar en consideración varios estudios llevados a cabo por distintos autores, los cuales ponen en evidencia, el uso que se le da a los medios de comunicación para dar a conocer o potenciar el deporte femenino y de ese modo, darle mayor credibilidad al proceso de este trabajo ya que su propósito fundamental es analizar la cobertura mediática del fútbol femenino en la estación de radio “Caravana” 750 AM y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram. Para ello, se hace énfasis a los siguientes autores:

La autora García (2017) en su proyecto de grado de comunicación llamado “La presencia de la mujer en el periodismo deportivo” llevado a cabo en la Universitat Oberta de Catalunya, direccionado por Pepa Badell Serra; cuyo objetivo principal fue demostrar que, a pesar del acercamiento de los dos géneros, existe desigualdad entre hombre y mujer en los informes que se transmiten mediante los medios de comunicación deportivos del estado español. Para ello, la autora planteó una metodología con enfoque cuantitativo con técnicas de la misma índole, basadas en la estadística y con ello dará paso al análisis sobre los contenidos de diarios deportivos como también de los programas de radio, televisión de mayor audiencia en el país.

Al desarrollar todo lo estipulado, la autora sostiene que: “Los medios de comunicación tienen una responsabilidad, puesto que deberían ser actores decisivos en la transmisión de valores a través de sus informaciones, especialmente en el fomento de la igualdad de género,

en este caso, el deporte” (p. 27). Por ese motivo, los medios de comunicación debe ser fuente de apoyo para las féminas deportistas y de esa manera alcanzar el valor profesional que poseen los deportistas.

Por otra parte, la autora Pereira (2016) en su tesis doctoral titulada “La presencia femenina en la cobertura informativa de los medios de comunicación online de Brasil en 2014: Un estudio de género de las noticias en Internet” desarrollado en la Universidad Autónoma de Barcelona despejó como objetivo primordial el hacer presencia y representación de género en las noticias online de uno de los principales medios informativos de Brasil y con ello dar a conocer la presencia femenina en dichos medios a través de un previo análisis de contenido que transmiten los medios online. Por esta razón, se planteó una metodología cuantitativa, ofreciendo objetividad en los datos, lo cual permite conocer la situación de género que manifiesta en el contenido de los medios de comunicación mediante la aplicación de una ficha de análisis y otro análisis estadístico aplicado a través del programa Excel.

Los resultados obtenidos son de mayor preocupación, dado a que se encuentra un desequilibrio entre ambos géneros, ya que las noticias de las portadas web de los medios poseen principalmente el género masculino como protagonista de la información; mientras que en las fotografías, audios, videos o texto, la presencia femenina es inferior a la del género contrario. Por lo que se reconoce que los medios de comunicación digitales están siendo poco aprovechados por los colectivos, usuarios y periodísticas con la finalidad de no solo basarse en el uso de los medios tradicionales con un enfoque único en el género masculino que muestran los contenidos de los medios de comunicación social.

Del mismo modo, el autor Capitán (2018) con su tema de investigación “Medio digital especializado en cubrir el fútbol femenino en Chile” desarrollado en la Universidad de Chile, reflejó como objetivo general el crear un sitio web cuya finalidad sea establecerse como un medio de información digital sobre el desarrollo y acontecimiento noticioso del fútbol

femenino en Chile, para ello tuvo que identificar los principales inconvenientes que se dan en dicho deporte por el género femenino. Para esto, se aplicó una metodología de enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo, debido a que se desempeñaron varios procedimientos tales como el planteamiento de un objetivo Smart, un benchmarking, entre otros afines con el fin de analizar el comportamiento de este deporte mediante otros medios de comunicación empleados por otras personas y de esa manera llegar a una toma de decisión confiable y basada en hechos reales.

Los resultados arrojaron que es esencial hacer uso de una baja cantidad de colores para el diseño de la página web “Futboleras Chile” con el fin de poseer un diseño y estructura simple que mantenga sobrecarga de contenido en la primera visualización y no genere distracción en los usuarios; así mismo, se pretende colocar un buscador con el objetivo de ayudar al mismo en su navegación, lo que permitirá encontrar por palabras claves los contenidos específicos sin la necesidad de una mayor búsqueda.

### **2.1.2. En la esfera nacional**

Finalmente, el autor Rodríguez (2018) en el desarrollo de su trabajo de investigación llamado “Situación actual del fútbol femenino en el Ecuador”, llevado a cabo en la Facultad de comunicación y artes audiovisuales de Quito; cuyo objetivo general fue conocer la situación actual y las problemáticas que enfrenta el fútbol femenino profesional en el Ecuador. De esta manera se vio necesario la aplicación de una metodología con un enfoque cualitativo con la ejecución de una entrevista, misma que fue dirigida a un funcionario de la FEF, con el fin de contener información y con ello comprobar donde radica la problemática de su investigación.

Con todo lo mencionado, se obtuvo como resultado una desigualdad económica en ambos géneros, dado a que no se cuenta con una planificación estable en sus competidores. Aparte de ello, los medios de comunicación no desarrollan coberturas sobre los partidos de esta índole;

por consiguiente, este tipo de juegos mantienen poca difusión y reconocimiento en el país, lo cual repercute en el poco interés en aquellas empresas que desean apostar por el fútbol femenino ecuatoriano.

El autor Iturralde (2019), en su estudio de investigación denominado “El fútbol femenino y su presencia en medios de comunicación masivos, Guayaquil 2018”, elaborado en la Universidad de Guayaquil; el cual su objetivo general fue 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. Por lo que empleo una investigación metodológica con un enfoque cualitativo, con la ejecución de una entrevista, la cual se realizó a la Lcda. Leonella Magallanes León periodista del medio CRE Satelital, con el fin de preguntarle sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación y su difusión.

Por lo antes mencionado los resultados de la investigación, demostró que el fútbol femenino aunque ha tenido cambios significativos a través de los tiempos no ha tenido gran magnitud en los medios de comunicación, en la programación radial como principal punto, la difusión de esta actividad que lleva años en el país, no se le ha dado la cobertura necesaria; por lo que, el fútbol femenino necesita que los medios apoyen esta actividad debido a que los medios como espacios de información influyen en la sociedad.

### **2.1.3. En la esfera local**

Otro trabajo de importancia es el de García (2015) denominado “Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil”, cual fue presentado ante la Universidad de Guayaquil como requisito para optar

al título de Licenciada en Comunicación Social, el mismo tuvo como objetivo analizar la participación de la mujer en el periodismo deportivo en los canales de televisión abierta en la ciudad de Guayaquil, el estudio se hizo a través de una metodología cuantitativa, usando como instrumentos las encuestas y el análisis de las programaciones y parrillas con el objeto de identificar la existencia o no de discriminación de género.

Los resultados del estudio demostraron que existe una relación entre el género femenino y el periodismo deportivo, además se consiguió que en el medio periodístico deportivo la presencia de la mujer es escasa, estas se dedican a otras áreas del medio. Concluyendo que generalmente este tipo de periodismo deportivo se ha desarrollado a lo largo de la historia bajo el predominio de los hombres. Aunque en los últimos tiempos las mujeres han tenido una importante presencia también, de igual forma, se puede señalar que los vínculos laborales no deben verse afectados si se integran mujeres al periodismo deportivo, pues lejos de afectar en algo, los beneficios que brindaría una fémina a un área en la que sólo laboran hombres son muchos, orden y responsabilidad en los aspectos del trabajo ya que la mujer es más detallista y ordenada mientras que el hombre ejerce su trabajo por afinidad al deporte.

Para la comprensión de este trabajo es necesario presentar los nombres los clubes de la región costa de Ecuador:

**Tabla 2.** Clubes de la Costa

<b>Clubes</b>	<b>Provincia</b>	<b>Ciudad</b>
Barcelona Sporting Club	Guayas	Guayaquil
Delfín Sporting Club	Manabí	Manta
Club Sport Emelec	Guayas	Guayaquil
Guayaquil City	Guayas	Guayaquil
Liga de Portoviejo	Manabí	Portoviejo

**Fuente:** Studio Fútbol (2019)

## **2.2. Marco Referencial**

### **2.2.1. Antecedentes históricos del periodismo deportivo**

Como primer punto, se establece que el periodismo deportivo es la rama de las ciencias sociales que involucran la información especializada sobre los deportes. El periodismo deportivo a lo largo de la historia ha tenido sus singularidades y hechos que han cobrado gran importancia para el fortalecimiento del deporte en el mundo.

En su acercamiento a la historia, Homero fue quién hizo énfasis sobre los juegos de la Ilíada y la Odisea como una historia del deporte, luego de ello se aludió al viajero y escritor Pausanias como uno de los pioneros cronistas deportivos desde sus detalladas descripciones de los juegos Olímpicos. Con ello, se dieron una de las primeras publicaciones enfocadas en el periodismo deportivo que fueron registradas en el siglo XIX en Europa. Para esto, en el Reino Unido se mostraron los primeros registros del deporte como Sports man, con dichos registros del deporte basados en competencia, los escritores han cubierto los deportes de una manera u otra, dando a mostrar que el deporte es una actividad de debe prevalecer y ser dada a conocer (Costa, 2016).

De esta manera, se reconoce que la relación que existe entre las victorias deportivas y el seguimiento mediático son distribuidos con el interés de la audiencia y ello ha permitido el crecimiento del periodismo deportivo por lo que se lo ha considerado como una jerga para cada tipo de deporte.

Por otra parte, se hace énfasis en el fútbol que se lleva a cabo en Ecuador; siendo este el deporte que más consume la afición ecuatoriana y a lo largo del tiempo la mujer se ha mostrado destacada en cumplir con varios roles importantes en distintos deportes tales como el boxeo, la

UFC y el fútbol femenino que ya para muchos países es una realidad; mientras que Ecuador en el presente año, creó la liga femenina de fútbol al mando de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF) y el Ministerio de deportes.

Esta liga cuenta con clubes como Barcelona, Ñañas, Deportivo Cuenca, Emelec entre otros, sin embargo, la falta de cobertura de los partidos de esta liga no ha sido de mayor importancia para algunos medios de comunicación, salvo la cadena Ecuador TV que es el canal oficial de transmitir el torneo.

El mismo autor, Costa (2016) da a conocer lo siguiente:

A pesar de que la cobertura y el espacio para las mujeres deportistas están creciendo, todavía existen cosas por mejorar por parte de los medios. Los medios deben investigar la nómina de jugadoras y empaparse sobre la realidad del fútbol femenino para poder informar de una mejor manera (p. 21).

Con ello, se determina que el periodismo deportivo debe poseer el mismo profesionalismo y objetividad al momento de difundir sus noticias o al cubrir encuentros, estos se deben realizar con la misma preparación antes de los partidos igual que con los clubes masculinos para que al momento de nombrarlas sean mediante sus apellidos más no por sus seudónimos.

### **2.2.2. El periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es aquel que es ejercido a través de la expresión deportiva, o sobre acontecimientos deportivos, como campeonatos de una determinada disciplina deportiva. En este sentido, Martínez, (2012), destaca que dentro de las características del periodismo esta la claridad en la emisión y descripción, redacción de los hechos concretos, atendiendo realmente a la ubicación, y todos los detalles del hecho, a quienes involucra, y el tiempo y espacio en el cual se desarrolló. En este orden de ideas, el lenguaje del periodismo debe tener claridad, coherencia, concisión en el hecho, secuencia lógica de ideas, relevancia, pero, sobre todo

ética en el tratamiento de la información, puesto que todo ejercicio periodístico responde a criterios de veracidad y certeza en los hechos.

### **2.2.3. Periodismo deportivo femenino**

De acuerdo con González & Sora, (2013) el periodismo deportivo femenino es considerado como un avance en el tema del comentarismo, que desde la década de los años 70 había tenido gran auge, diversos países fueron incorporando en sus espacios a la mujer como elemento de importancia en relación al seguimiento de partidos y juegos de importancia, en este sentido, gracias a ello, la mujer fue posicionándose como comentarista que seguía de cerca los partidos que generalmente estaban cubiertos por jugadores masculinos.

Desde esta perspectiva, países como Argentina y Venezuela habían tenido un protagonismo muy importante en esta área de cobertura deportiva, de allí que en Argentina el periodismo tiene sus orígenes en el Río de la Plata, donde se daba, pero como práctica profesional, simplemente se desarrollaba como una actividad popular (López & Hernán, 2019)

La tardía inserción de las mujeres en el ámbito deportivos, ocasiona en la actualidad que ellas sigan siendo objeto principal de un trato desigual si en comparación con sus colegas hombres, sin embargo, las mujeres periodistas no han dejado de estar en una lucha constante para lograr un espacio igualitario en un ámbito que ha estado plenamente dominado por el hombre. En este caso en particular las periodistas deportivas ecuatorianas, han logrado demostrar que no es suficiente tener belleza física para lograr ser respetadas en un espacio que es cotizado.

Para lograr generar respeto las mujeres que son periodistas deportivas han tenido que demostrar aptitudes para el trabajo, así como responsabilidad y propuesta. Dado que la prensa deportiva es una profesión que requiere de una continua preparación, lo que significa que ellas han estado permanentemente revisando reglamentos, evaluar sanciones, analizar estrategias de

juego, analizar la conducta de los jugadores, directores técnicos y todo esto no solo a nivel nacional, sino que también internacional. Adicional a esto ellas realizan constantemente la información de todos estos puntos tanto las del pasado como las del presente, para así poder dar una opinión comparativa de estos datos aprendidos. La unión de todos estos aspectos demuestra que, ser una comentarista deportiva conlleva más cosas que solo un aspecto físico.

Aunque por mucho tiempo se estigmatizara que las mujeres no tenían la capacidad para recordar todos estos conocimientos sobre los deportes, al pensarse que el fútbol no es un tema de interés de las mujeres, pero pese a los obstáculos que se les han presentado, varias periodistas ecuatorianas han logrado romper esos tabús. Ellas han incursionado en el amplio campo del deporte, es importante mencionar que, aunque no exista un estudio exacto que registre el nombre de las periodistas deportivas en Ecuador, se puede decir que gran parte de aquellas que realizan esta labor han tenido carreras efímeras en los medios de comunicación, dejando en evidencia que pocas han logrado posicionarse en esta área.

#### **2.2.4. Estatus actual del periodismo deportivo y la cobertura mediática**

Actualmente el periodismo deportivo se encuentra en una fase de posicionamiento, así lo afirma Angulo & Moreno, (2016), el cual afirma que generalmente se ha investigado y hablado de periodismo político, económico, sin embargo el periodismo deportivo se ha desarrollado de otra forma, tal es la situación que existe la preocupación en el seno de los comunicólogos por la forma en la cual hacen el periodismo deportivo, siendo ampliamente noticiosa para la colectividad. En este contexto, en diversos países de América Latina como Colombia, las investigaciones sobre periodismo deportivo han ido en aumento, por el tema que es mayor el consumo que ha tenido la sociedad para con este tipo de información.

Bajo este panorama el creciente interés en la audiencia por la cobertura informativa del deporte en sus diversas disciplinas ha dado una apertura a las investigaciones sobre el desarrollo del periodismo deportivo, donde se pone de manifiesto la necesidad de poner sobre la mesa aspectos, requerimientos y expectativas de los demandantes de estos servicios informativos, de tal manera que se pueda dar respuesta a estos requerimientos.

Por consiguiente, Angulo & Moreno, (2016), que el periodismo deportivo se conoce como una especialidad periodística, sus contenidos son cada vez más demandados en todas las formas y medios que lo transmiten, por ello, los estilos, los mecanismos, las editoriales y los comentaristas deben ser cuidadosamente revisados por quien ejerce periodismo deportivo. El prenombrado autor destaca que existen determinados enfoques que son utilizados en el análisis de contenidos desarrollados, así como la cultura y elementos característicos que pueden incidir en la población que lo consume.

Actualmente el periodismo deportivo en Ecuador ha avanzado gracias al aporte de universidades e instituciones que apoyan a esta disciplina. En definitiva, son diversos los enfoques y aspectos que necesitaran ser estudiados con relación a la práctica del espectáculo femenino, ya que la reflexión sobre él mismo, puede contribuir efectivamente a la creación de políticas que permitan su desarrollo no sólo a nivel nacional, sino también en otros países.

#### **2.2.5. Teorías que fundamentan el periodismo deportivo**

La teoría del periodismo, abarca los géneros periodísticos, la noticia y su redacción, las formas como se hace periodismo en la actualidad, las fuentes de información y el lenguaje periodístico que se debe desarrollar, así como la consideración de los códigos deontológicos y éticos del ejercicio periodístico.

Dentro de los géneros periodísticos se encuentran: el reportaje periodístico, el descriptivo, de investigación, entrevista, el interpretativo, la encuesta, la crónica, son estos los principales que se desarrollan en el ámbito de la información

Uno de los fundamentos de la teoría periodística es la redacción periodística, está según Martínez, (2012) expone que es el arte de redactar textos periodísticos, concepto que abarca muchas más funciones como la de comprender, relacionar datos, complementar información, atender a los criterios y reglas ortográficas y de redacción que otorguen al escrito la solemnidad y desarrollo coherente de ideas. En este contexto, la “Redacción Periodística”, según definición de Josep María Casasús (1988,11):

Es el estudio de los procedimientos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las formas de expresión y de las estructuras externas e internas que adoptan los mensajes informativos de actualidad y las unidades redaccionales periodísticas en general, al ser canalizadas a través de la prensa escrita y demás medios de comunicación (p.218)

El redactor o periodista debe tomar en cuenta la audiencia que leerá la información que se reporta en los escritos, y de los mensajes que se transmite a esa colectividad, puesto que ciertamente y según lo reporta una extensa literatura lo que se emite en medios informativo posee un impacto directo en la sociedad que lo recepta.

#### **2.2.6. Fútbol femenino en Argentina**

En los años 1800, Gran Bretaña llegó al territorio argentino, creando una colonia británica, estableciendo escuelas, iglesias, hospitales y clubes deportivos en los cuales se jugaban populares juegos británicos como el críquet, tenis y el polo (Pereira, 2016). En 1840 por medio de puertos en Buenos Aires llegó un deporte que posteriormente se convertiría en el predilecto no solo de Argentina, sino de toda Latinoamérica y el mundo.

Uno de los inmigrantes más importantes que llegaron a Argentina fue Tomás Hogg dado que con él se implementaría la organización que el futbol necesitaba para que este juego se propagara por todo el país. Hogg y su hermano en el año 1867 crearon “Buenos Aires Athletic Society”, y fue justamente Hogg quien organizaría el primer partido de futbol en Argentina, para luego crear el Buenos Aires Football Club.

Para 1880 el futbol ya estaría posicionado como el deporte más popular en Argentina, esto por lo fácil que era jugarlo y además por la propagación que tuvo a través de las escuelas inglesas, cualquier individuo podía jugarlo (Navarro, 2017), ya que el único que equipo que se necesitaba era un balón, misma que pida elaborarse con cualquier tipo de material. En este mismo año llegarían más inmigrantes a Argentina, entre ellos Alejandro Watson Hutton, el cual después sería conocido como el padre del futbol argentino (AFA).

La Asociación del Futbol Argentino (AFA) es el consejo de la organización originada en Buenos Aires la cual está centrada en velar por el futbol argentino, organiza los torneos domésticos, y también inspecciona los equipos nacionales tanto masculinos como femeninos. Sumado a esto la AFA es la encargada de organizar las de futbol como la de niños y el amateur. La historia del futbol en Argentina es extensa, sin embargo, la expansión del juego a mujeres es algo nuevo, las jugadoras de futbol siguen abriéndose camino haciendo valer sus derechos, pero este está muy lejos de alcanzar al futbol de hombres el cual es muy popular.

El futbol femenino argentino a diferencia del masculino apenas y está dando sus primeros pasos, por lo que la expansión de este fenómeno se ha dado de apoco, esto incluye que en las escuelas las niñas jueguen futbol como sus compañeros varones, pero no en todos los clubes profesionales se encuentran con un equipo femenino, en el cual las niñas puedan desarrollar sus habilidades.

El primer torneo de futbol femenino se dio en 1991, esto se dio luego de que la FIFA tomara una decisión, a la cual las asociaciones de futbol de cada país tendrían que acatar, la cual debían hacerse cargo del futbol femenino (consideradas como las pioneras), por motivo de esta declaración la AFA estuvo obligada a incorporar a las jugadoras, por este motivo el 26 de octubre de 1991 se difundió la noticia del primer Campeonato de Futbol Femenino, mismo que estaría conformado por ocho equipos: Deportivo Laferrere, Independiente, Deportivo Español, Yupanqui, Boca Juniors, River Plate y Sacachispas.

En la actualidad existe un gran cambio hacia la búsqueda de igualdad para las jugadoras de futbol femenino en Argentina, en marzo del 2019, la AFA dio el anuncio de la implementación de la liga femenina profesional en Argentina (García, 2017), esta asociación pone mayor énfasis en el futbol femenino en los próximos años, además este organismo está planeando construir un centro de entrenamiento en Buenos Aires dirigido a las futbolistas profesionales.

Por otro lado, la selección femenina de futbol de Argentina, en los años noventa las jugadoras eran amateurs, esto se dio por la falta de apoyo por parte de la AFA, incluyendo a la ciudadanía como parte del problema (Chávez, 2016). El primer partido que la selección jugó fue contra Chile en 1993, sería ese partido que posicionara a la selección femenina argentina como uno de los equipos importantes, el cual debe tener el apoyo de los ciudadanos argentinos.

La selección femenina ha tenido la oportunidad de participar en varios torneos americanos y en otras partes del mundo, pero hasta el momento no ha tenido mucho éxito:

**Sudamericano Femenino:** el equipo argentino ocupó el segundo lugar en el torneo femenino sudamericano en los años 1995, 1998 y 2003. En 2006, el equipo ocupó el primer lugar y muchos creen que este título es "el más importante en la historia de algunos" (Selección de mujeres).

**Juegos Olímpicos:** El equipo argentino no se ha clasificado varias veces para los Juegos Olímpicos desde su creación como equipo competitivo, pero calificó para los Juegos de Beijing en el verano de 2008. Desafortunadamente, la selección perdió durante la primera fase de los Juegos en la categoría de “Selección femenina”.

**Juegos Panamericanos:** La selección argentina no tuvo mucho éxito en este torneo. Tomaron el cuarto lugar en los Juegos de 2014, pero perdieron en la primera fase en 2007, 2011 y 2015 (“Selección Nacional Femenina”).

**Copa América Femenina:** La Copa América Femenina es el campeonato donde el equipo femenino argentino ha tenido más éxito. El grupo obtuvo el segundo lugar en 1995, 1998 y 2003, y fue campeón en 2006. Después de estos años, el equipo no obtuvo la victoria, ocupando el cuarto lugar en 2010 y 2014. Este torneo es muy importante para la situación actual del equipo porque su mandato en el tercer lugar en 2018 permitió al plantel clasificarse para la Copa del Mundo en Francia en 2019 (“Equipo Nacional Femenino”).

**Copa Mundial Femenina de la FIFA:** El equipo femenino argentino ha clasificado para la Copa Mundial varias veces. En dos de los años clasificatorios, 2003 y 2007 se perdieron en la primera fase. El equipo se ha clasificado para la Copa del Mundo en Francia este año y quizás tenga más éxito este verano (“Selección Nacional Femenina”).

### **2.2.7. Medios argentinos que difunden el futbol femenino**

Aunque el futbol femenino en Argentina data oficialmente desde 1991, pocos son los medios que le daban tiempo a la cobertura del mismo, aunque el primer campeonato de futbol femenino en Argentina se daría el mismo año de su reconocimiento, la cobertura que se le dio fue casi nula, tal es el punto que el evento, aunque estuvo registrado y se pueden encontrar fotos, pero no reportajes concretos sobre dicho juego.

En la actualidad esto ha cambiado pues son más los medios que le dan cobertura al futbol femenino alegando que otro tipo de futbol es posible (Moreira & Araoz, 2016), es así como se procede a estructurar un cuadro en el cual se visualicen los medios argentinos que le dan cobertura a los partidos femeninos de futbol:

**Tabla 3.** Medios de comunicación en Argentina

<b>Prensa</b>	<b>Televisión</b>	<b>Radio</b>	<b>Online</b>
Clarín.com	TyC Sports	ESPN Deportes Radio	90 minutos de fútbol
La Nación	Infobae Deportes	Mitre Deportes	Domingol
Olé	ESPN	Radio Continental	El show del fútbol
AS Argentina	Locos por el fútbol	Deportiva	
Diario Popular		Radio la red	
El Grafico		Fox Sports Radio	
Futbolargentino.com		Simplemente fútbol	

**Fuente:** Moreira & Araoz (2016)

### 2.2.8. Fútbol femenino en Ecuador

El futbol femenino en el Ecuador de acuerdo con el aporte de Pontón en Carrión (2019) ha crecido, y esto ha sido así, desde las ligas barriales, los equipos formados en colegios y universidades, así como en clubes que promueven el juego en los diversos sectores de las comunidades. En este sentido, según el reportaje hecho por el programa de televisión del país, se puede conocer que ciertamente existen muchos grupos de mujeres en el deporte, este aspecto ha sido ampliamente analizado bajo un enfoque de género, se hizo un estudio que reportó como fue el desarrollo de futbol femenino en Ecuador, en donde se identifican los factores que han impulsado tal práctica en la población femenina del Ecuador.

Los alcances que ha tenido han sido significativos, puesto que culturalmente Ecuador ha sido un país que en los deportes de alta competencia han sido ampliamente practicado solo por hombres, de allí que el estudio propuesto por Carrión, (2006), existen dos prácticas por las cuales se ha incrementado el futbol en las mujeres de Ecuador, el principal se asocia al ejemplo de éxito que ha tenido los equipos en el mundo, y por otro lado, el incentivo que se le ha

brindado desde las diversas barriadas en el país, en cuyo caso, se establece en el reglamento la presencia del balón pie en los equipos femeninos.

Otro aspecto que ha permitido que el fútbol femenino haya tenido un sitio de importancia en Ecuador es que se les ha ofrecido a las damas la oportunidad de participar y de practicar esta disciplina, especialmente desde que están en edad escolar, y se sigue apoyando desde la universidad. Es importante destacar, que las universidades como la ESPE, la UDLA, la Universidad Central de Ecuador han sido claves en la organización de equipos de fútbol femenino. De allí que el entrenador deportivo Mauricio García expone que:

"Nosotros tenemos el apoyo económico de la universidad, nos dan los uniformes, el dinero para la inscripción a los campeonatos que queramos ingresar, entrenador, espacio para entrenar. Yo juego en la selección de la católica, jugamos un fútbol de todo tipo, porque jugamos el fútbol cerrado o fútbol rápido donde no sale el balón; jugamos fútbol 8 que es en cancha y juegan 8 personas, jugamos fútbol 11 con 11 jugadoras y el fútbol sala que son 5 jugadoras en cancha. Entonces es un campeonato de cada tipo al año (Carrión, 2019, pág. 13).

Así como estas universidades, en Ecuador existen clubes de fútbol femenino, en donde se practica de forma permanente, donde las empresas poseen un apoyo importante a estos clubes con los recursos para que funcione y puedan desarrollar sus prácticas, por otra parte, existen algunos enfoques que se han puesto de manifiesto en investigaciones como la falta de equivalencia entre hombres y mujeres, lo cual trajo como consecuencia que se desarrollaran movimientos y enfoques desde empresas privadas y públicas a fortalecer el fútbol femenino ecuatoriano.

No obstante, estos clubes según el autor, han decaído de forma importante en la profesionalización, puesto que las mujeres no pueden dedicarse a esta práctica de forma permanente porque se dedican a otras actividades y algunas trabajan, otros grupos no disponen

de buen financiamiento para estos fines, y algunos no cuentan con el apoyo del estado para poder desarrollar tanto la práctica como los campeonatos.

Por consiguiente, algunos jugadores se han destacado en estos juegos, subsistiendo a pesar de las dificultades que han tenido que sortear en el camino de este deporte. Existen algunos datos que reportan lo que a juicio de las jugadoras significa el fútbol para ellas, y se puede señalar que estas exponen que: “Realmente son estos dos espacios los que están impulsando el fútbol femenino en el país; y que las mujeres desde siempre se han sentido motivadas a practicar fútbol, aunque han hecho falta instituciones que hagan esta afición” (Carrión, 2019, pág. 144).

Es evidente, que el balompié aporta novedosas experiencias, sentimientos, así como relaciones sociales a las jugadoras, despertando un gusto que ellas consideran una pasión. Bajo esta idea, este deporte permite a las mujeres "involucrarse en procesos de cambio, en su realización personal, y también en la ruptura de viejos paradigmas y mitos" (Gallo y otros 2002: 5)

Finalmente existe cierto recelo en el caso de que las futbolistas femeninas puedan presentar una apariencia poco femenina, producto de los prejuicios sociales, por la falta de identidad sexual, y a veces teme ser rechazada como mujer, porque la puedan confundir o ser descalificada por algún tipo de orientación sexual. Existen muchos enfoques que se han detenido a tratar este tema en específico, sin embargo cada vez más se ha debatido y se ha ido avanzando en función de mejorar y de aceptar culturalmente e a los grupos y clubes de fútbol femenino.

### **2.2.9. Fútbol femenino en Estados Unidos**

El desarrollo del fútbol femenino en un territorio como Estados Unidos se dio como un proceso lento pero contemporáneo a los inicios del germano. Luego de que el equipo de

Inglaterra “Kerr Damas” realizara una gira por Estados Unidos, los equipos americanos empezaron a organizarse en las universidades, colegios y escuelas, la inspiración que causo este equipo fue tal que logró que mujeres comenzaran a organizarse para formar ligas femeninas por cada región del territorio (Romano, Huerta, Gonzalez, & Detoni, 2017).

Aunque el primer equipo consolidado de futbol femeninos se diera a nivel universitario, serían las “Enmiendas Educativas” de 1972 las que declararían y establecerían la igualdad en programas atléticos en escuelas, esta iniciativa generó que se conformaran una gran cantidad de ligas femeninas, lo que lograría que el futbol femenino en Estados Unidos sea un deporte con un cierto grado de popularidad. Para el año 1981 se crearían cerca de cien programas de futbol femenino en todo el territorio estadounidense.

Después de unos cuantos años, la participación de mujeres en programas de futbol dirigida a los jóvenes aumentaría en un 25%, por otro lado, en las escuelas, el número de equipos femeninos se elevó a casi 40%, mientras que a finales de los noventas existían más programas universitarios para mujeres que para hombres.

Desde 1991 la selección de Estados Unidos ocupa un lugar entre los tres primeros colocados en Copas del Mundo, logrando 3 veces ganar en competiciones en 1991, 1999 y 2015. Por otra parte, la selección de Estados Unidos no fue menos significativa en los Juegos Olímpicos dado que lograría subir al podio en 1996, 2000, 2004, 2008 y 2012.

En la actualidad la popularidad del futbol femenino en Estados Unidos alcanza el mismo o mayor nivel de popularidad que goza la liga masculina de fútbol. Al finalizar la Copa del Mundo de Fútbol Femenino Canadá 2015, un partido que se dio entre Japón y Estados Unidos, fue uno de los partidos de futbol más vistos a nivel mundial.

## 2.2.10. Información de los medios

### 2.2.10.1. CARAVANA

Caravana tiene dos medios de comunicación televisión y radio, este proyecto de investigación se centrará en Radio Caravana, se fundó el 21 de julio de 1985, este medio de comunicación tradicional tiene como misión brindar a los oyentes una programación indefinida en un 80 % en la sección de deportes y el 20% restante se basa en programas de interés social como: medicina, orientación.

### 2.2.10.2. FUTGOOLEC

Este medio antes de ser FutGoolEc, la página se llamaba EntrePanasEc, fue creado por Andrés Mejía en 2014, con el fuerte objetivo de cambiar la manera en la cual se hace periodismo deportivo digital, dado que ese tiempo era básico y se usaban solo para informar ciertas cosas, en vez de todo el futbol que se daba en el país.

Debido a Copyright se cerró la primera página que era EntrePanasEc, sin embargo, un mes más tarde se realizó una reflexión del modo en que los suscriptores querían que se tratara la información, en agosto del 2015 regresarían con el nombre de FutGoolEc, con una nueva misión y visión.

**Tabla 4.** Misión y Visión de FutGoolEc

Misión	Visión
Mantenga al público en general informado, independientemente de su edad o sexo. Intentamos compartir noticias de sus equipos con todos los usuarios. No solo a nivel nacional, sino también internacional.	Que todos sigan nuestro ejemplo, no importa si nos copian, que se mantendrá el objetivo establecido durante muchos años. Tener muchos más miembros en el equipo de FutGoolEc de todas las provincias de Ecuador, internacionalizarse, tener periodistas en otros países.

**Elaborado por:** Olaya & Rivera (2019)

Este programa cuenta con colaboradores en Guayaquil, Quito, Manta, Cuenca, Machala, Riobamba, que le informa sobre los acontecimientos que se dan con el campeonato ecuatoriano y sus diferentes categorías. Este programa ha hecho de la red social Instagram como uno de los medios más poderosos por el cual informar (entrevistas, videos y otros medios audiovisuales). Desde su creación FutGoolEc ha estado en cada Final del Campeonato durante los últimos 5 años, realizando coberturas que nadie más hace, consiguiendo cada vez más seguidores.

En el 2019, este programa se sumergió en el área del futbol femenino, compartiendo notas, entrevistas, perfiles de jugadoras, estando presente en la Copa Libertadores Femenina con sede en Quito.

## **2.3.Marco conceptual**

### **2.3.1. Periodismo**

El periodismo puede definirse como la profesión o ejercicio que tiene como finalidad informar acerca de noticias sobre diversos temas como de orden informativo, deportivo, sucesos, etc., Según Troyano, (2019), define el periodismo como aquella profesión de importancia en la sociedad puesto que provee a la colectividad de noticias e información de interés, este ejercicio busca relatar e informar acerca de hechos de la cotidianidad y de actualidad, es decir el periodismo requiere de una noticia y de hechos para poder desarrollar ese proceso informativo.

Existen diversos tipos de periodismo como el periodismo de investigación, el periodismo político, el periodismo deportivo, entre otros. De allí que, el periodismo en la sociedad a través del tiempo ha tenido un importante papel en la construcción de ciudadanía, puesto que informa, forma, entretiene, recrea, forma el pensamiento crítico y fortalece la opinión pública.

Entender el periodismo es un tema que se debe desarrollar tomando en cuenta un conjunto de aspectos que se refieren en las líneas siguientes:

El autor Ruiz, (2014), destaca que la profesión del periodismo puede entenderse como la profesión del conocimiento, debido a que actualmente se vive en una sociedad del conocimiento, permitiendo a los seres humanos avanzar en las ciencias y superar cualquier obstáculo que se le presente. Ahora bien, desde la perspectiva sociológica el saber funciona como la piedra angular del funcionamiento de las sociedades, y si se entiende el conocimiento compartido, se pasa a constituir el fundamento de la comunicación e información en la sociedad.

### **2.3.2. Competencias de un periodista**

En el contexto de la sociedad del conocimiento, el periodista debe ejercer la profesión desde ciertas competencias específicas, siendo aquellas en las que se desea que: 1. Posea una cultura amplia y pertinente en relación con la historia, y la actualidad, es decir, el periodista debe estar actualizado en los mecanismos y nuevos medios que se usan en la comunicación; 2. Poseer conocimientos concretos respecto a los temas sobre lo que el escribirá, y este conocimiento debe estar basado en un investigación científica, que le provea la información necesaria para construir las noticias, 3.- Debe contar con información y saberes específicos en relación al proceso de comunicación concretamente, así como dominar ampliamente las destrezas que debe poseer un periodista. 4.- Debe adoptar un comportamiento ético y conforme a las normas que rigen la actuación de un periodista y su proceder en el tratamiento de la información que desea publicar.

Existe una competencia adicional que es la de poder discernir y determinar la relevancia de un tema para publicar como una noticia, para ello, es importante que pueda analizar el contexto,

la relación de roles y elementos de importancia que permitirán complementar y avalar la información, así como los medios de los que dispone para que la noticia pueda ser publicada atendiendo a todos los requerimientos éticos para su publicación. El conocer a fondo un hecho, las circunstancias, sus causas y consecuencias es un ejercicio que debe hacer todo periodista, así como formular interrogantes y críticas que generen una información adecuada y pertinente con el hecho que se desea informar.

La competencia comunicacional la describe el precitado autor como una de las competencias de importancia y define sus características como profesional de la comunicación, de allí que manejar o tener dominio de aspectos psicológicos, sociales, educativos, culturales, lo da la experiencia y la formación profesional, el saber respetar la información y a la persona que se la provee.

### **2.3.3. Cobertura mediática**

Una cobertura mediática es el interés que reflejan los medios de comunicación al seguimiento de contenido sobre un tema, institución o persona en específico. Esta atención se concreta en qué, cuánto y cómo se informa lo que determina conocer, valorar y la formación de opinión de los acontecimientos y de sus protagonistas.

Gracias a los eventos deportivos más grandes del mundo, como los Juegos Olímpicos y los Juegos de Invierno, la cobertura mediática de información se ha ampliado mediante el uso de nuevas herramientas digitales y el estudio de nuevas historias mediante el uso de infografías, mapas interactivos y datos periodísticos (Costa, 2016).

Por ello, se considera que una de las claves para la cobertura que brindan los medios de comunicación, es comprender lo que los periodistas consideran una historia importante y, en segundo lugar, averiguar qué mensaje se desea transmitir a los usuarios, ya que, si no se toma en consideración dichas ideas, el proceso de trabajo realizado no obtendrán éxito alguno.

Es así como los medios de comunicación pueden desempeñar un papel clave en la difusión de un mensaje y garantizar el éxito de su estrategia de promoción, ya que ofrecen la oportunidad de informar e influir en la opinión pública, el sector privado y grupos involucrados en procesos políticos, que también prestan especial atención a la prensa. El uso de los medios a veces puede ser de gran ayuda para llegar a múltiples audiencias.

Una de las mayores ventajas de usar los medios es:

- La capacidad de transmitir información a un sin número de usuarios, con la posibilidad de atraer interés público y seguidores y, por lo tanto, mejorar su acceso, especialmente cuando aparecen repetidamente en los medios de comunicación.

Como cualquier enfoque, usar los medios también conlleva a ciertos riesgos, como el de la probabilidad de que la cobertura sea desfavorable o inexacta. Muchos medios tienen derecho a una respuesta que puede usar, especialmente si el artículo es realmente inexacto, la posibilidad de cobertura mediática de motivar a los opositores de su caso puede abrir demandas por difamación contra su organización.

Por ello, la mejor manera de asegurarse de que la cobertura de los medios le ayude a alcanzar sus objetivos de defensa es una adecuada planificación. Una vez que se tome la decisión de hacer uso de los medios, se puede elegir entre una amplia gama de técnicas, ya que la elección del método depende de la naturaleza del mensaje que se piensa transmitir, la audiencia esperada, los formatos multimedia disponibles y también el nivel de habilidades y experiencia con multimedia.

### **2.3.4. Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es una especialidad periodística de paradojas. Por una parte, ha sido y es la sección de la prensa cuya audiencia aumenta, es decir, sus contenidos son cada vez más demandados por lectores, oyentes, televidentes y cibernautas en el mundo y, al mismo tiempo, los que más atraen el patrocinio de diversas marcas.

En las últimas décadas, el periodismo deportivo ha experimentado cambios significativos en sus estructuras, canales y medios para producir contenido, y su importancia ha crecido hasta que se ha establecido hoy como una tipología informativa de mayor influencia social, en gran parte de los países europeos y americanos.

### **2.3.5. Ideología de género**

La “ideología de género” considera que nuestro comportamiento bifurcado en masculino y femenino es producto de la influencia cultural y social del entorno, y la propia sexualidad depende más de los acontecimientos biográficos y sociales de nuestra vida que de las características fisiológicas. Ser hombre o mujer no estaría determinada fundamentalmente por el sexo, sino por la cultura.

## **2.4. Marco legal**

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

La Constitución del Ecuador creada en 2008 y ratificada por los ciudadanos el 28 de septiembre del mismo año, marcó un hito en el país al ser quien incorporaría los derechos universales de los seres humanos y de la naturaleza, además de ser la primera vez en la historia del Ecuador que la Constitución le daría un espacio importante al derecho a la comunicación e información.

## **TÍTULO II DERECHOS**

### **Capítulo primero**

#### **Principios de aplicación de los derechos**

**Art. 11.-** El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

**2.4.1.** Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.

**2.4.2.** Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

#### **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.

**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.

**Art. 19.-** La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

## **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (2013)**

### **TÍTULO I**

#### **Disposiciones preliminares y definiciones**

**Art. 1.- Objeto y ámbito.** - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

**Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.** - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

**Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.** - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

## **TÍTULO II Principios y derechos**

### **CAPÍTULO I Principios**

**Art. 11.- Principio de acción afirmativa.** - Las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundadamente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos. Tales medidas durarán el tiempo que sea necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá para cada caso concreto.

### **TÍTULO V Medios de comunicación social**

**Art. 71.- Responsabilidades comunes.** - La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas. Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. Metodología de la investigación**

La metodología empleada en el presente trabajo investigativo, pertenece con un conjunto de métodos, así como también técnicas que de forma sistemática fueron establecidos con la finalidad de obtener el logro de los objetivos planteados en la temática del estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “Futgooolec”. La metodología está formada por el conjunto de experiencias que se encuentran en el tiempo, que originan una reflexión para el abordaje de los elementos que son vitales para la obtención de resultados y alcances en los cuales se basa la investigación. (Villalón, 2015)

#### **3.2. Diseño de la investigación**

El diseño de este estudio, está dirigido en función de una revisión de carácter bibliográfico y documental que tiene como centro el paradigma interpretativo orientado al análisis de los textos relativos a la presente investigación. De esta manera, se desarrolló el estudio dentro de un nivel descriptivo, para lo cual se utilizaron los métodos deductivo, inductivo, analítico y sintético, lo que facilitó la formación de las opiniones y conclusiones.

#### **3.3. Métodos de investigación**

Los métodos de investigación, aluden el camino a seguir mediante un conjunto de operaciones y distintos pasos procedimentales para el logro en una investigación. Por tal motivo, se comprende que el método científico consiste en un elemento que toma las técnicas empleadas como la observación, demostración e interpretación para determinar el comportamiento de un fenómeno de estudio. (Pulido, 2015)

En relación a este conjunto de pasos contemplados para el procesamiento de la información necesaria para la creación del análisis y síntesis a la luz de diversos referentes teóricos, se admite que los métodos tienen una importancia significativa para determinar las fases de una manera sistemática en cuanto a cómo se realizaron las proposiciones generales, bien desde el punto de vista conceptual o realizadas de una manera práctica que colabore en la contrastación empírica mediante la aplicación de procesos metodológicos.

En este pliego investigativo, se establece en la complementariedad de métodos de forma sincronizada a los fines de emplear una variedad de múltiples técnicas para el análisis como la comparación y síntesis. Por tal motivo, en el proceso de esta investigación se utilizó el método analítico y sintético con la finalidad de realizar la interpretación de la información obtenida mediante la revisión documental y bibliográfica relacionada con las variables de estudio.

#### **3.4. Método descriptivo**

Este método es aquel que se emplea en función de los objetivos de este estudio, los cuales van dirigidos a individualizar estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “Futgooolec. No obstante, este método es concebido por la disposición de un primer plano del conocimiento que se tiene de la realidad circundante en un entorno de estudio, donde la observación se realiza de una manera directa por el investigador y el conocimiento es recibido directamente de la fuente en que se maneja el fenómeno investigado. De esta forma, tiene como fin obtener, interpretar y presentar con la mayor claridad y exactitud posible, la información recabada de un contexto real de acuerdo con los distintos ya establecidos para cada ciencia. (Calduch, 2015)

Desde este panorama, el presente estudio aborda la descripción e interpretación con respecto a la determinación de los factores criminógenos que transgreden en la reincidencia de los sentenciados en los delitos de tráfico ilícito de sentencias sujetas a fiscalización. De allí, que el empleo del método descriptivo coadyuva en la ubicación del fenómeno de estudio centrado en la realidad de la jurisprudencia y su aplicación en este contexto de investigación.

### **3.5. Analítico**

El empleo de este método, tiene su fundamentación en el supuesto de que, partiendo de un conocimiento general en relación a una realidad previamente conocida, es posible determinar las características individuales de cada una de sus partes y de igual forma, las vinculaciones existentes entre ellas. Desde este punto de vista, se puede interpretar que este precepto comprende la descomposición de las partes, pero también, se puede incidir en una disminución de información relevante en relación a los elementos dinámicos de la realidad, ya que, no siempre, se pueden eliminar sin disminuir su funcionamiento y los cambios de la realidad a lo largo del tiempo. (Calduch, 2015)

De esta manera, en la presente investigación, se utiliza el análisis partiendo de las perspectivas que comprenden los elementos para el estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial caravana 750 am y el programa de Instagram “FutGoolEc”. En este sentido, se aborda la realidad desde un escenario de aplicación para determinar cómo es apreciado el fútbol femenino en los distintos ámbitos.

### 3.6. Sintético

Este método fue muy útil en la presente investigación por cuanto permitió establecer distintas síntesis genéricas vinculadas con la información recabada mediante el estudio de la revisión bibliográfica y documental de fuentes primarias y secundarias. Por tal motivo, según lo mencionado por, este método considera como punto de partida, el conocimiento de todos los elementos de una realidad y de sus relaciones, ello con el objeto de lograr un conocimiento general de una manera sencilla en consideración a un todo, el cual escomprendido y detallado mediante la conjunción de todas sus partes. Ante estos efectos, la comprensión de la estructura dentro de la dinámica interna de una realidad está fundamentada en el total de componentes de dicha realidad. (Calduch, 2015)

Desde este punto de vista, esta técnica es aplicada a la presente investigación en virtud del abordaje de la síntesis como conclusión sobre los distintos análisis efectuados realizados para el **estudio** comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “FutGoolEc”

### 3.7. Deductivo

En relación a la utilización de este método, se orienta en el sentido de la construcción de análisis, desde una visión general para la conclusión en relación a una visión particular o singular del tema que se está investigando. En este sentido este método sirve para la determinación de aquellas características de la realidad investigada por derivación o como consecuencia de un conjunto de proposiciones generales establecidas previamente. (Calduch, 2015)

De esta forma, se realiza un estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “FutGoolEc”, por tal razón al señalar comparaciones, permite observar la manera como se manifiesta el futbol femenino en la ciudad de Guayaquil.

### **3.8. Métodos comparativos**

Con la utilización de este método, se busca ubicar las similitudes, así como también las diferencias, es decir las analogías, las diferencias y los antagonismos, con la finalidad de distinguir los sucesos o variables que se van repitiendo en diferentes realidades y ámbitos en los cuales se puede manifestar dicho fenómeno y de esa manera es que se observa el carácter general, exclusivo y singular del objeto o sujeto de estudio. En tal sentido, al aplicar el método comparativo a una misma realidad, subyace en la obtención de una dimensión de tipo dinámica en términos históricos de esa misma realidad en diferentes momentos donde ocurren sucesos o variables estructurales. Calduch Cervera, (2015)

Desde este ámbito de desarrollo, se aplica este método en función de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “caravana” 750 am y el programa de Instagram “FutGoolEc”,

## **4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas para el logro de los objetivos establecidos en el presente estudio, se consideró en primer lugar la observación, la entrevista y la encuesta.

### **4.1.La entrevista**

Este instrumento utilizado es de gran utilidad, dentro de cualquier investigación, ya que constituye un apoyo en todas las investigaciones cualitativas, con el objetivo de recopilar datos, definiéndose como una conversación que tiene un fin determinado, como es conocer los detalles de la investigación determinada. Este tipo de instrumento es desarrollado por un dialogo abierto entre dos personas, donde una de ellas realiza un conjunto de interrogantes a otras sobre un tema determinado y esta responde de conformidad a su criterio y conocimiento (Sampieri, T, 2015).

#### **4.2.Encuesta**

La encuesta estuvo dirigida a 120 aficionados del fútbol de la ciudad de Guayaquil, Provincia de Guayas, Ecuador.

#### **4.3.Población**

Este aspecto investigativo, es definido como el conjunto de elementos de los que se necesita conocer y determinar todas sus características. De esta forma se afirma que una investigación puede tener como fin el estudio de un conjunto numeroso de objetos, personas, e incluso documentos. A todo ese conjunto se le denomina población (Arias, 2012)

Por tal motivo, se observa que la población puede ser definida como el conjunto objeto de estudio, que puede ser caracterizado de una forma limitada o infinita con características usuales definida por el problema y los objetivos del estudio.

#### **4.4.Muestra**

La muestra es definida como un conjunto característico de un universo o de una población determinada, los cuales se concentran en uno o pocos elementos que se observan, no partiendo de un conjunto sino como una sola unidad (Arias, 2012). Por tal motivo, cuando resulta complejo tomar en cuenta todos los elementos, se busca a determinar la muestra, de una forma que se asume en un conjunto representativo y finito extraído de la población.

Por este motivo, esta muestra representativa que posee particularidades similares a las de la población, permite deducir los resultados con un margen de error conocido, para lo cual se hace necesario aplicar un procedimiento probabilístico o aleatorio.

**Total de la Muestra:** La muestra determinada de la investigación es de 120 aficionados al deporte futbolístico de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

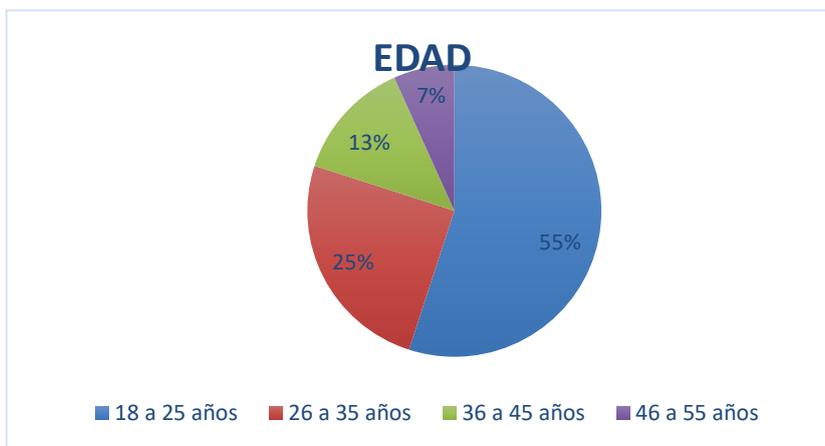
## 5. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

### 5.1. Edad

*Tabla 5. Edad*

EDAD	PORCENTAJES	RESPUESTA
18 a 25 años	55%	66
26 a 35 años	25%	30
36 a 45 años	13,30%	16
46 a 55 años	6,70%	8
	<b>TOTAL</b>	120

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 1.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

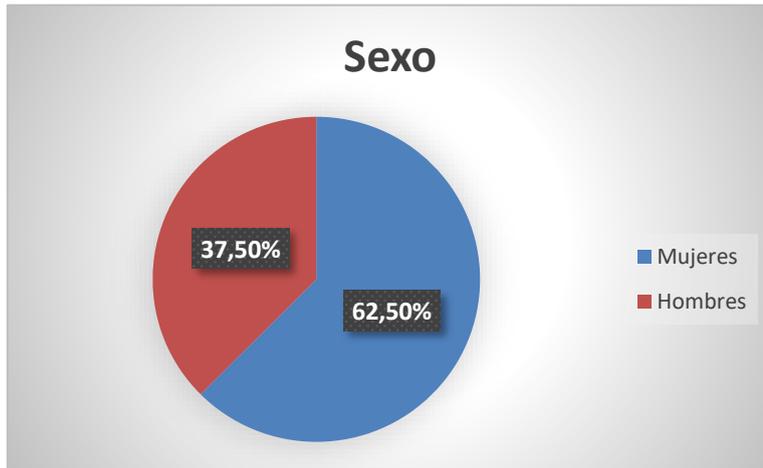
**Análisis:** De acuerdo a las respuestas obtenidas en esta encuesta, el 55% de los sondeados comprende entre los 18 a 25 años, el 25% comprende entre personas de 26 a 35 años, mientras que el 13,3% de aficionados tienen entre 36 a 45 años y finalmente el 6,7% de los encuestados tienen de 46 a 55 años por lo que muestra que los jóvenes se encuentran interesados en esta disciplina deportiva al poseer mayor accesibilidad a la tecnología y a la vez desear informarse de este deporte que está en pleno auge mediático.

## 5.2.Sexo

**Tabla 6. Sexo**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mujeres	75	62,5%
	Hombres	45	37,5%
	Total	120	100.0

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 2.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

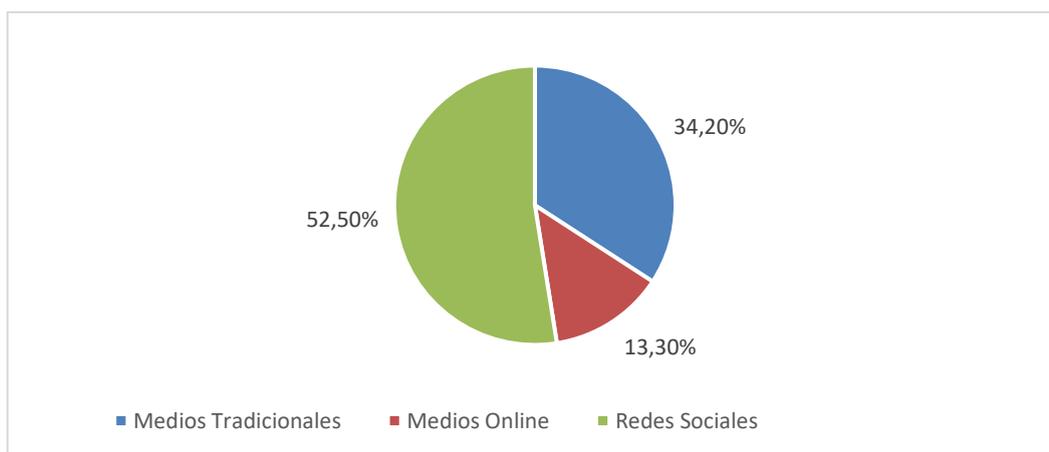
**Análisis:** De acuerdo a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se da a conocer que el 62, 50% de los encuestados son mujeres mientras que el 37,50% son hombres. Este resultado indica que las mujeres apoyan el crecimiento de esta disciplina para ser reconocidas y demostrar que son capaces de practicar este deporte al mismo nivel que los jugadores masculinos para así generar interés en los medios, audiencia y auspiciantes.

### 5.3.¿En qué medio de comunicación se informa de temas deportivos?

**Tabla 7.** Medios de Comunicación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medios Tradicionales	41	34,2%
	Medios Online	16	13,3%
	Redes Sociales	63	52,5%
	Total	120	100.0

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 3.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

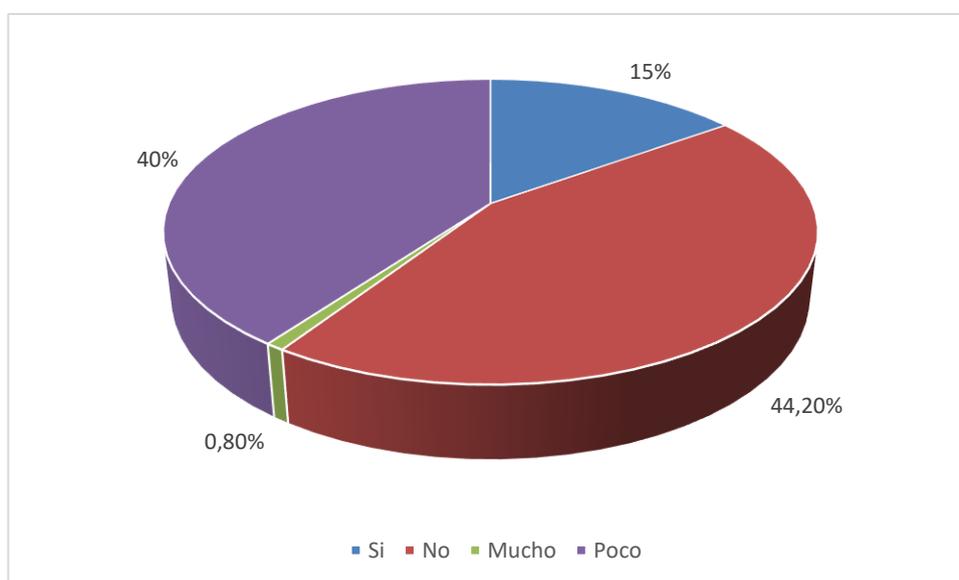
**Análisis:** De las respuestas alcanzadas en el presente ítem se observa que el 52,50% de los encuestados se informa a través de “redes sociales” mientras que el 34,20% eligió los medios tradicionales y por último el 13,30% se orientan por medios online donde se prueba que las redes sociales conservan más audiencia puesto que en la actualidad la tecnología es el mayor aliado de la comunicación y de la difusión de información en cuanto al mayor acceso que se posee al Internet y a las “social media”

#### 5.4.¿Considera usted que los medios de comunicación social le dan una cobertura amplia al futbol femenino en Guayaquil?

**Tabla 8.** Cobertura al futbol femenino

	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	15%
No	53	44,2%
Mucho	1	0,8%
Poco	48	40%
Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 4.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

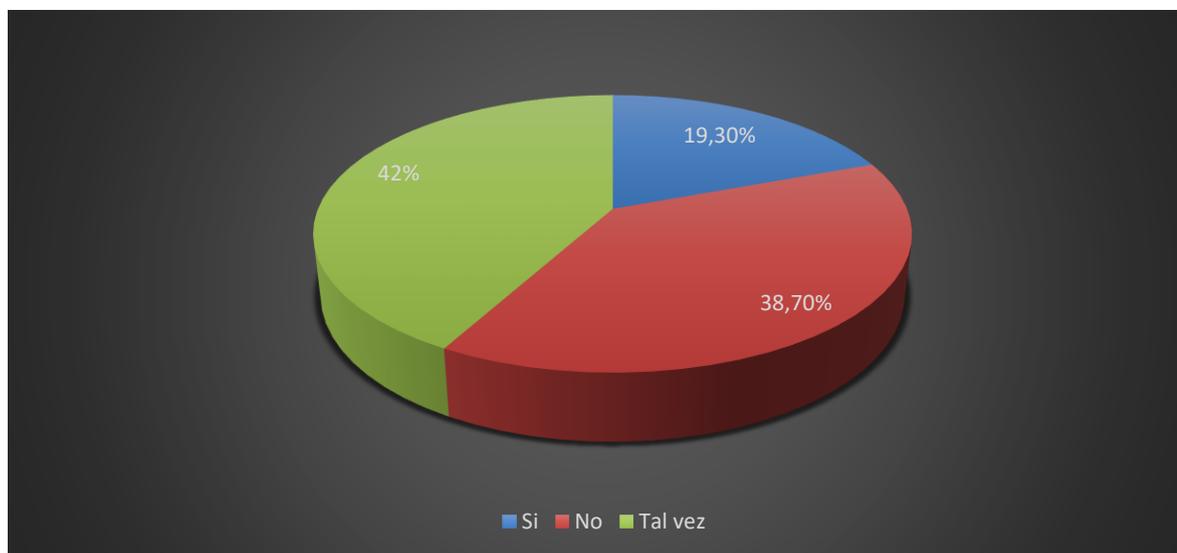
**Análisis:** De las respuestas obtenidas en el presente ítem se observa que el 15% de los encuestados se manifestó por la opción del “SI” mientras que el 44,2% eligió la opción del “NO”, pero el 40% de los encuestados optaron por la opción “POCO” y solo el 0,8% votó por la respuesta “MUCHO”, donde se argumenta que no existe una amplia cobertura al futbol femenino, esto se debe que es un producto nuevo por lo que está en pleno auge de cautivar masas y generar expectativa entre los auspiciantes y a su vez que tanto los medios de comunicación como la audiencia en general se asocian en el mundo del deporte femenino.

**5.5. ¿Considera usted que los medios radiales tienen mayor cobertura en el ámbito del fútbol femenino, que las redes sociales en la ciudad de Guayaquil?**

**Tabla 9.** Cobertura mediática

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	24	19,3%
	No	46	38,7%
	Tal vez	50	42%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 5.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

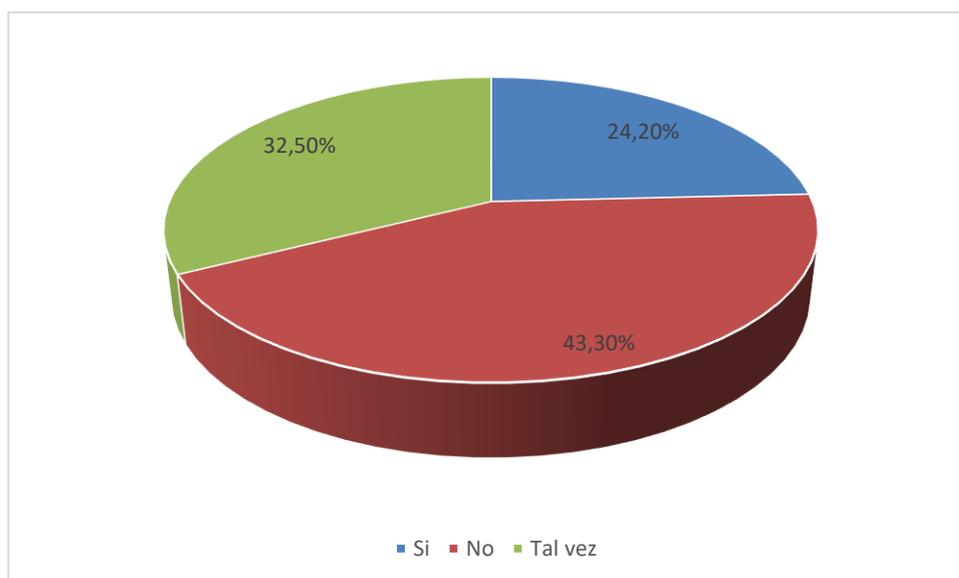
**Análisis.** En relación al presente ítem se evidencia que el 19,30% de los encuestados eligió la opción “SI”, mientras que el 38,7% se manifestó por la opción del “NO”, pero el 42% optó por la opción “TAL VEZ”. En el análisis se observa que los encuestados no tienen conocimientos de la cobertura al fútbol femenino por medio de las radios de la ciudad de Guayaquil, esto se debe a que los medios radiales poseen sus propios “social media” donde difunden las noticias de fútbol femenino en estas plataformas con más desarrollo ya que el espacio de las transmisiones en vivo es muy corto por lo que hacen un breve comentario de esta categoría.

**5.6. ¿Considera usted que el futbol femenino en Guayaquil es un deporte que genera alta audiencia en medios de comunicación social, así como en redes sociales?**

**Tabla 10.** Futbol femenino en Guayaquil

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	29	24,2%
	No	52	43,3%
	Tal vez	39	32,5%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 6.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

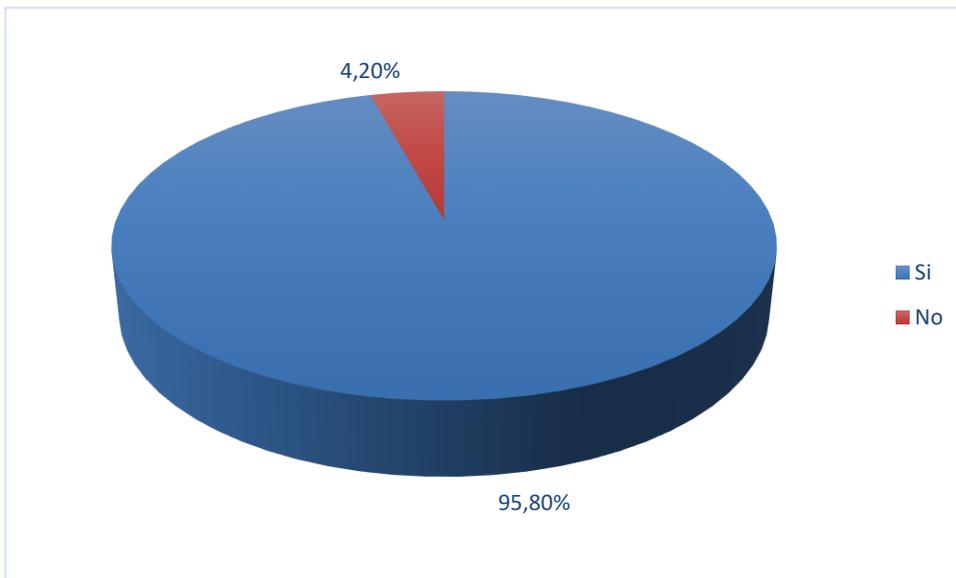
**Análisis:** En relación al presente ítem se evidencia que el 24.2% de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 43,3% se manifestó por la opción del “NO”, finalmente el 32,5% de la población eligió “TAL VEZ” de donde se analiza que la mayoría de los encuestados reveló que futbol femenino en Guayaquil, es un deporte que no genera audiencia en medios de comunicación social tradicionales, así como tampoco en redes sociales por la falta de cobertura a estos encuentros deportivos por la razón de ser una categoría reciente que pretenden profesionalizar en el Ecuador, además por la falta publicitaria, carencia de tiempo en los medios de comunicación y la exclusividad en televisión pagada interfiere en la recepción de noticias deportivas.

**5.7. ¿Considera usted que se necesita un mayor apoyo al futbol femenino en Guayaquil por parte de los medios de comunicación social y las redes sociales?**

**Tabla 11.** Apoyo al futbol femenino

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	115	95,8%
	No	5	4,2%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 7.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

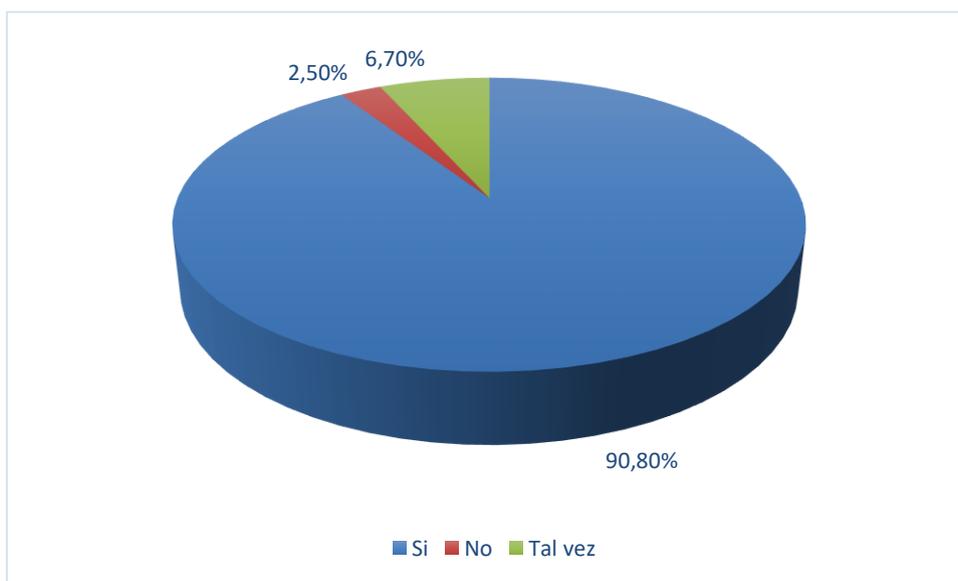
**Análisis:** En relación al presente ítem se evidencia que el 95,8% de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 4,20% se manifestó por la opción del “NO”, de donde se evidencia que la gran mayoría de los encuestados manifestaron que se necesita mayor apoyo al futbol femenino, con la finalidad de dar a conocer la calidad del producto (La liga femenina) y valorar el deporte femenino y de esta manera captar la atención de los “mass media” para que realicen la misma cobertura mediática que en los eventos deportivos de fútbol masculino.

**5.8. ¿Considera usted necesario que se realicen torneos con el fin de promover el fútbol femenino en Guayaquil?**

**Tabla 12.** Torneos de fútbol femenino

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	109	90,8%
	No	3	2,5%
	Tal vez	8	6,7%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 8.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

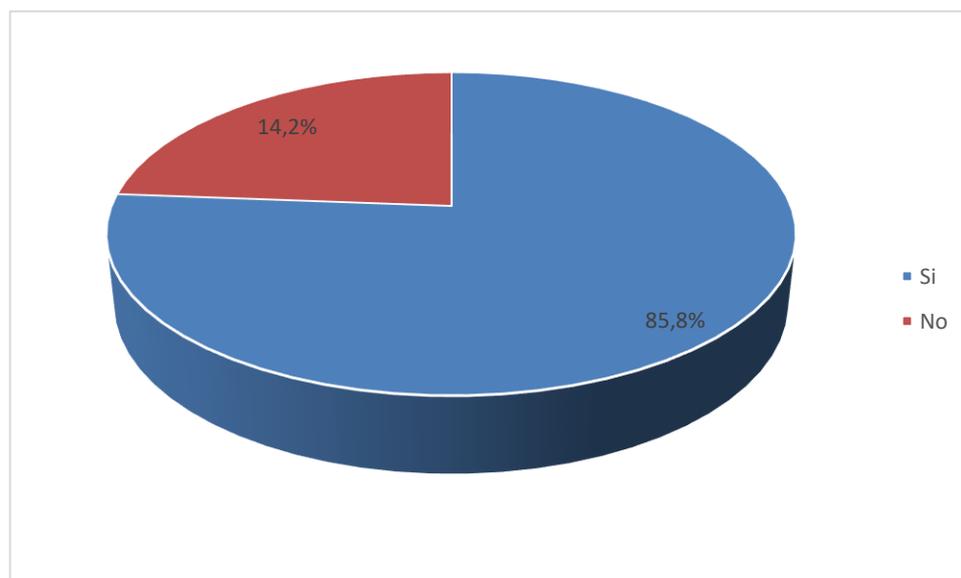
**Análisis.** En relación al presente ítem se evidencia que el 90,8% de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 2,5% se manifestó por la opción del “NO”, finalmente el 6,7% de los votantes optó por la respuesta “TAL VEZ” de donde se evidencia que los encuestados manifiestan que es necesario la realización de torneos con la finalidad de promover el fútbol femenino, para que los equipos de ligas inferiores o reservas de cada club, grupos barriales, campeonatos colegiales y universitarios, etc., obtengan experiencia en el campo deportivo y sepan desenvolverse sin problemas en las ligas profesionales.

### 5.9. ¿Considera usted que en el deporte del futbol existe una desigualdad de género?

**Tabla 13.** Desigualdad de género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	103	85,8%
	No	17	14,2%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 9.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

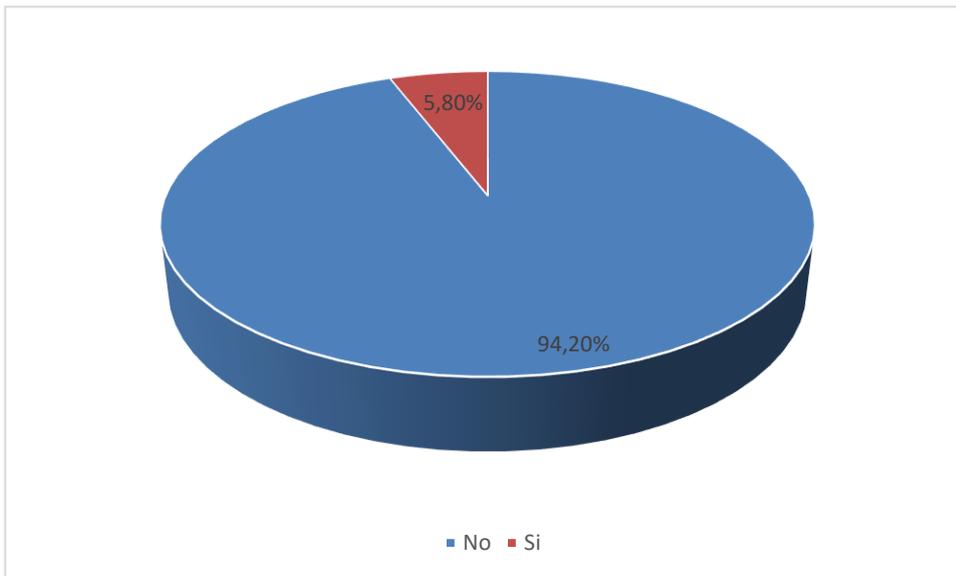
**Análisis:** En relación al presente ítem se evidencia que el 85,8 % de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 14,2% se manifestó por la opción del “NO”, de donde se argumenta que para los sondeados existe una gran desigualdad de género en el balompié, ya que la mayoría de las personas prefieren el fútbol masculino por la calidad de su juego, por ser un deporte popular que convoca a grandes masas que a su vez el futbol femenil no logra alcanzar porque es una categoría actual donde recientemente se está creando formativas para tener preparación física y mental en las siguientes competiciones.

**5.10. ¿Considera usted que el fútbol es un deporte que solo debería ser practicado por hombres?**

**Tabla 14.** *Deporte practicado solo por hombres*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	7	5,8%
	No	113	94,2%
	Total	120	100%

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 10.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

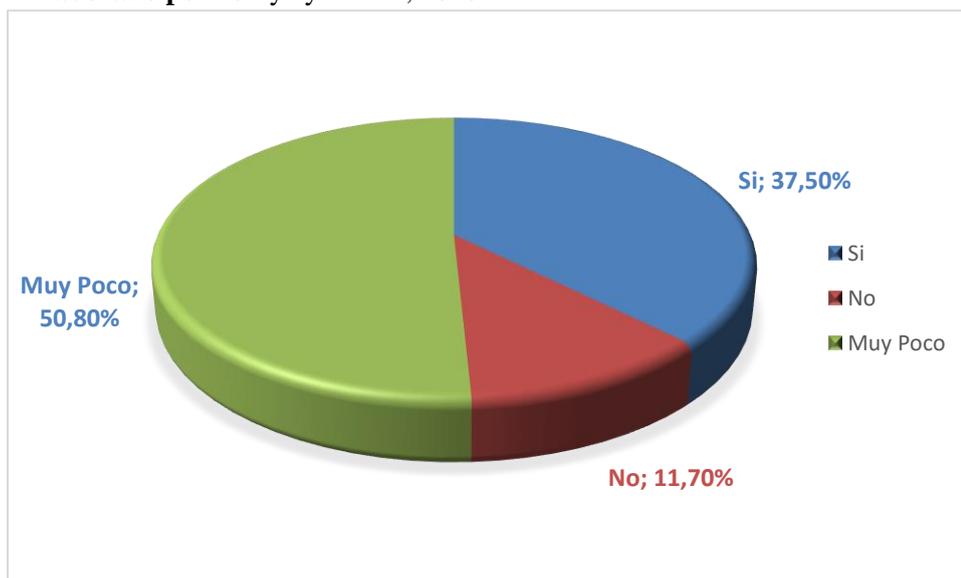
**Análisis:** En relación al presente ítem se evidencia que el 5,8% de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 94,2% se manifestó por la opción del “NO”, de donde se evidencia que los encuestados manifestaron que el futbol puede ser practicado por cualquier sexo ya que a estas alturas y con la evolución del pensamiento humano, no es concebible que una mujer no pueda practicar ese deporte, debido que en la actualidad, el rol femenino es fundamental en cada ámbito profesional, por lo que se debe evaluar las cualidades y capacidades en que desarrollan su labor sea como jugadora, entrenadora, referí, narradora, comentarista, etc.

**5.11. ¿Considera usted que el fútbol femenino tiene mayor presencia en las redes sociales que en los medios tradicionales en la ciudad de Guayaquil?**

**Tabla 15.** Audiencia de medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	45	37,5%
	No	14	11,7%
	Muy Poco	61	50,8
	Total	213	100.0

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020



**Gráfico 11.** Cobertura del Fútbol Femenino

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Olaya y Rivera, 2020

**Análisis.** En relación al presente ítem muestra que el 37,5% de los encuestados eligió la opción “SI” mientras que el 11,7% se manifestó por la opción del “NO”, y el 50,8% optó por “MUY POCO” del análisis donde se evidencia que el fútbol femenino no tiene afluencia en redes sociales debido que su target no está establecido por lo tanto no es tendencia y no forma parte del historial de búsquedas en los “social media”.

## 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Luego de analizar el contenido de las entrevistas realizadas se afirma que el fútbol femenino en Guayaquil es un deporte que poco a poco ha obtenido una mayor presencia que la que se observaba en años anteriores, sin embargo, no se ha convertido en un deporte popular, y está a una distancia muy lejana tanto a nivel de práctica profesional, así como también de fanaticada y de obtener unos ingresos económicos similares a los del fútbol masculino.

Mucho se ha dicho de la diferencia salarial que persiguen los jugadores de fútbol masculino, que es mucho mayor que la de las jugadoras femeninas, pero en ello hay que ver también los resultados económicos de cada una de estas disciplinas, para nadie es un secreto que a nivel mundial el deporte rey es el fútbol masculino, sin que esto demuestre menosprecio por el fútbol femenino pero esta diferencia que existe en la fanaticada por cada uno de estos tipos de fútbol al final sale ganando el que produce más dividendos que es el fútbol masculino.

En relación a la cobertura mediática entre los dos deportes, se evidencia claramente que la diferencia es a favor del fútbol masculino, que es el deporte que ve la mayoría de las personas, si bien es cierto dicha disciplina es practicada por ambos sexos, tanto a nivel mundial, como a nivel regional y local las personas prefieren al fútbol masculino y por esa razón se observa como los medios de comunicación social le dan mucho mayor apoyo al fútbol masculino. Es poco probable que se observe a nivel local la euforia que desata un Barcelona Vs Emelec de fútbol masculino que el mismo enfrentamiento del fútbol femenino.

Por otra parte, se hace necesario que los medios en virtud de esa igualdad de género que existe entre el hombre y la mujer le den una mayor masificación al fútbol femenino y que se pueda seguir desarrollando como se ha venido desarrollando y sirva también de espectáculo para la familia.

## CONCLUSIONES

Luego de haber culminado el presente trabajo investigativo que tuvo como objetivo general Analizar la difusión de contenido sobre el fútbol femenino en los medios de comunicación de radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram se ha obtenido a las siguientes conclusiones:

- Radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram al futbol femenino son medios que aportan la difusión del futbol femenino en la actualidad, si bien es cierto en su gran mayoría de su programación está basada en el futbol masculino, ellos permiten y les dan cabida a noticias del futbol femenino a los resultados de sus juegos, así como también el desempeño de las futbolistas.
- En relación a la cobertura que hace radio “Caravana” y el programa “Futgooolec” transmitido por Instagram al futbol femenino, se puede afirmar que a grandes rasgos es muy similar porque ambos se preocupan por difundir el futbol femenino en el Ecuador que en los últimos tiempos ha tenido un repunte en su aceptación, ya que se le observa mayor presencia, niñas y adolescentes practicando este deporte, ya que es conocido que el futbol masculino es el que tiene mayor relevancia tanto a nivel mundial, regional y local.
- Los comentaristas han manifestado que en la actualidad el futbol femenino ha sido valorado por parte de la colectividad y es tomado en serio por parte de los críticos de este deporte ya que a su juicio ha pasado de ser un pasatiempo a una disciplina deportiva que se practica con un mayor rigor que antes, pero a pesar de este auge hay que reconocer que sus niveles de audiencia en la actualidad son muy distantes del futbol masculino que es el que acapara los mayores niveles de sintonía a nivel mundial.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda tanto a Radio “Caravana” y el programa “Futgoolec” transmitido por Instagram que deben darle mayor cobertura de la que tienen en sus espacios el fútbol femenino, promover la práctica del fútbol femenino en niñas y adolescentes con la finalidad de que practiquen una disciplina deportiva y de esta forma el fútbol femenino pueda seguir evolucionando como lo ha hecho hasta ahora.
- Se recomienda a radio “Caravana” y el programa “Futgoolec” transmitido por Instagram que se pueden crear secciones especiales en su programación que hagan alusión al fútbol femenino, hacer enlaces telefónicos con las futbolistas más destacadas del mundo del fútbol femenino, hacer concursos con camisetas de futbolistas femeninas con la finalidad de despertar en la audiencia ese interés por el fútbol femenino.
- A los comentaristas de fútbol se les recomienda que siempre en sus narraciones incluyan ejemplos de mujeres destacadas en el mundo del fútbol femenino, en efecto que la audiencia vea como algo normal la práctica de esta disciplina por parte del género femenino, incluyan estadísticas y con sus comentarios inspiren a niñas y a adolescentes a la práctica de este deporte.

## Referencias bibliográficas consultadas

- Angulo, L., & Moreno, A. (2016). Periodismo deportivo. El futbol es el rey. *Revista Luciérgana. Facultad de Comunicación Audiovisual* , 10-26.
- Capitán, i. (2018). *Medio digital especializado en cubrir el fútbol femenino en Chile* . Santiago de Chile : Universidad de Chile .
- Carrión, F. (2006). *El jugador número 12 Flacso Biblioteca*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50395.pdf>
- Carrión, F. (2019). *Futbol y Sociedad introducción y selección de textos* . Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50395.pdf>
- Chávez, D. (2016). *Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura Mediática*. Quito: UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>
- Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el periodismo Deportivo de Ecuador* . Quito : Universidad San Francisco de Quito .
- García, E. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo* . Catalunya : Universitat Oberta de Catalunya .
- Garcia, M. (2015). *Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil*. Guayaquil : Universidad de Guayaquil .
- Garton, G., & Hijós, N. (2017). La deportista moderna”: género, clase y consumo en el fútbol, running y hockey argentinos. *Scielo*, 23-42. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/antpo/n30/1900-5407-antpo-30-00023.pdf>

González, M., & Sora, P. (2013). *Pêriodismo deposrtivo con sello femenino: cuatro dñecadas de historia Micros Radiofónicos* . Caracas : UCAB.

López, A., & Hernán, M. (Enero de 2019). *Primeros apuntes de la historia del periodismo en Argentina* . Obtenido de [https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar/pd/files/archivos/file/apunte\\_historia\\_perio\\_dep\\_arg.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar/pd/files/archivos/file/apunte_historia_perio_dep_arg.pdf)

Martinez, M. (2012). *Teoría del periodismo* . México DF : Red Tercer Milenio .

Ministerio del Deporte. (2011). *Memorias del deporte: baloncesto*. Guayaquín: Ministerio del Deporte. Obtenido de [http://aplicativos.deporte.gob.ec/investigacion/libros/Memorias\\_Deporte1\\_Baloncesto.pdf](http://aplicativos.deporte.gob.ec/investigacion/libros/Memorias_Deporte1_Baloncesto.pdf)

Ministerio del Deporte. (2016). *Este era el deporte que necesitabamos*. Guayaquil: Ministerio del Deporte. Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/este-era-el-torneo-que-necesitabamos/>

Pereira, S. (2016). *La presencia femenina en la cobertura informativa de los medios de comunicación online de Brasil en 2014: Un estudio de género de las noticias en Internet* . Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona .

Rodríguez, K. (2018). *Situación actual del fútbol femenino en el Ecuador* . Quito: Facultad de comunicación y artes audiovisuales .

Ruiz, F. (2014). *Cómo entender al periodismo*. Argentina: Fundación Konrad Adenauer.

Troyano, H. (diciembre de 2019). *Breve historia del periodismo*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/menendez\\_g\\_pi/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo1.pdf)

## ANEXOS

### Entrevistas

#### 6.1.1. Entrevista a Paco Álvarez

*P: ¿Considera usted que en el fútbol existe desigualdad de género?*

R: Hasta hace unos 20 o 30 años atrás talvez, pero poco a poco el futbol femenino fue ganando espacio, hoy en día tenemos competencias a nivel mundial, a nivel de ligas sudamericanas las hay, en Europa ni que decir donde hay grandes exponentes como Japón, por ejemplo, en Europa sabemos que las danesas, las suecas y las alemanas fueron las que mayor triunfo han logrado.

Hay que decir que acá en América, los Estados Unidos que está considerado como la potencia tanto así que ha ganado títulos mundiales y campeonatos olímpicos, así que la mujer se ganó su espacio y se lo ganó por sus propios méritos, nadie les regaló nada.

*P: ¿Desde su punto de vista profesional, como caracteriza la cobertura de fútbol femenino que realiza radio caravana a comparación al futbol masculino?*

R: Bueno hay desigualdad evidentemente, no es la misma cobertura que se le otorga al futbol profesional masculino y al futbol en otras esferas, aquí si hay que hacer una autocrítica y es culpa de nosotros también por no darle mayor cobertura al futbol femenino que evidentemente en otro lado si tienen espacio suficiente creo que falta concientización en ese sentido.

*P: ¿También repercute en la hinchada?*

R: Bueno también, pero eso pasa también en los medios de prensa no solo en la radio, los medios de prensa en general, ahora las redes sociales y todo eso que también tienen que aportar lo suyo, esto es una responsabilidad de cada cual y darle un poco más de cobertura a la difusión del deporte femenino.

***P: ¿Se aprecia que las jugadoras de fútbol no reciben el mismo pago que los jugadores masculinos, porque cree que se debe esto?***

R: Totalmente, primero, porque todos sabemos que el fútbol masculino lleva una amplia ventaja por los años que tiene de práctica, y fue calando poco a poco en la gente y por ende en el auspiciante, por ende, en el empresario que quiere anunciar su producto por ejemplo de manera mucho más frecuente en los distintos campeonatos donde incursiona el fútbol masculino. En el caso de futbol femenino, como no ha tenido una difusión amplia y recién como que está llegando un poco a la conciencia de la gente habrá que esperar un poquito más para que tenga también ese mismo trato respecto al futbol masculino, hoy en día está en desigualdad todavía.

***P: ¿En el ámbito de los comentarios al momento de los partidos, cree usted que los comentarios que se hacen sobre el futbol femenino son de mismo peso o hay machismo al momento de impartir alguna información?***

R: Yo no encasillaría tanto como machismo, sino que aquí, los medios hablo en general de todos los medios, se basan en una razón fundamental y es que el futbol como tal, el futbol profesional masculino genera mayor expectativa y al generar mayor expectativa pues genera mayores ingresos de orden económicos porque los patrocinadores los auspiciantes se interesan más en darle su apertura al fútbol masculino. En cambio, en el futbol femenino, como no hay todavía, esa difusión permanente como si la hay e n el futbol masculino, totalmente está en desventaja, está en desventaja al respecto al futbol masculino y por lo tanto la repartición, el auspicio no es igual que el futbol masculino.

***P: ¿Considera usted que el tiempo de cobertura que se le brinda al futbol masculino equivale al mismo tiempo que al futbol femenino?***

R: No rotundamente no, es uno de los casos por lo menos acá en nuestro país, en nuestro medio hay una desigualdad muy marcada entre la difusión que se le presta al futbol femenino y a futbol masculino, hay una diferencia abismal. Al futbol femenino se le da muy poco espacio y por lo tanto poca difusión y pasa entonces que hay mucha gente que ignora por ejemplo en la práctica de los campeonatos nacionales, incluso cada equipo nacional masculino tiene su equipo participando en la liga pro de manera simultánea, pero

ante la poca difusión mucha gente ni siquiera se entera.

***P: ¿En cuanto a periodistas femeninas todavía hay esa desigualdad?***

R: Mire hay no porque de a poco, y eso si es algo que hay que remarcar, hoy en día la mujer tiene mucho protagonismo en los espacios deportivos, y no solamente hablamos de radio, de periódico, hablamos en la televisión; hoy vemos chicas que tienen un espacio muy ganado ya y que su opinión ya tiene peso y la mujer es escuchada ya, en lo que propone, en lo que entrevista, en lo que debate, ósea la mujer hoy en día ya es una protagonista dentro de los espacios deportivos.

### **Entrevista a Gabriela Alcívar**

***P: ¿Considera que en el periodismo deportivo existe desigualdad de género?***

R: En el periodismo deportivo, yo creo que como en todo ámbito existe cierta desigualdad en el acceso a los derechos de manera igualitaria para hombres y mujeres , así que no haya la apertura o que no haya cambiado un poco esto en comparación a otros años, a otras épocas , definitivamente que hoy, sobre todo teniendo en cuenta el rol femenino en este ámbito y en esta profesión ha crecido muchísimo y se le ha dado mucha apertura y hoy es imperativo es necesario que en cada uno de los programas de televisión, espacios radiales, incluso prensa escrita haya la apertura y haya entre las vacantes, entre el grupo y el equipo, mujeres.

Eso es definitivamente, la cuota femenina es importante, porque si bien, nosotros peleamos, la lucha siempre es por el acceso de manera igualitaria a los derechos, tenemos capacidades y cosas muy diferentes y el mix de ambos es lo que hace que un equipo de trabajo, sea de hombres y mujeres, funcione de la manera adecuada. Si creo que existe un poco todavía, pero ha ido mejorando muchísimo en este aspecto sin duda.

***P: Desde su punto de vista profesional, ¿Cómo caracteriza la cobertura del fútbol femenino que realiza su medio a comparación del fútbol masculino?***

R: Definitivamente la cobertura que se le da hoy al futbol femenino, sigue siendo muy baja, tiene muy poco espacio en radio, televisión, incluso un poco más en portales web, en la prensa escrita porque hay un poco más de espacio, ustedes saben que en la radio en la televisión los tiempos son más cortos; en radio menos, pero en televisión definitivamente hay que aceptarlo y confesar que no se le da el espacio que se debería al futbol femenino. Se han hecho mucho el esfuerzo desde las instituciones para darle un papel más importante al deporte femenino, al futbol femenino en sí, pero si falta la responsabilidad de la prensa en también darle mucha más exposición.

***P: En el ámbito de los comentarios al momento de los partidos, ¿Cree usted que los comentarios que se hacen sobre el fútbol femenino son de mismo peso o hay machismo al momento de impartir alguna información?***

R: Sobre el fútbol femenino, tuve la posibilidad de estar el año pasado en las últimas fases del torneo de la SUPER LIGA FEMENINA ya un poco más profesionalizada que es lo que se está intentando hacer año a año, en la fases finales, cuartos, semifinal, final; en el momento de la transmisión, los comentarios, el relato, fueron muy profesionales, por lo general, eran hombres los que relataban y comentaban, yo estuve en el borde de campo pero fue muy profesional todo el equipo de trabajo para dar el relato, dar el comentario y trasladar esa información de lo que se está viendo al televidente.

Definitivamente se analizaba como un partido de futbol más, no por esto digo que todos los profesionales del ámbito periodístico, tratan de la misma manera, definitivamente hay momentos en los que cuando se está comentando alguna noticia, si se lo trata de “ah bueno las chicas” si es de alguna manera, está en otro pedestal en comparación al futbol masculino.

Definitivamente, y esto porque además se habla de negocio, y el futbol masculino es el que genera, todo lo que genera y el futbol femenino aún no.

***P: ¿Considera que el tiempo de cobertura que se le brinda al fútbol femenino equivale al mismo tiempo que al futbol masculino?***

R: El tiempo y la cobertura al futbol masculino del femenino, definitivamente es totalmente desigual. Al futbol masculino se le otorga un 95% ósea te digo que más o menos esos son los números de la cobertura que se les da a ambos torneos masculinos y al femenino se le da un 5%. Llega a hacer un poco más notorio en las últimas etapas donde ya hay definiciones y quizás hay ciertas historias interesantes como por ejemplo el año pasado, el Deportivo Cuenca arrasó con todos sus rivales y tenía prácticamente armado de seleccionadas y por supuesto que genero muchísimo; entonces hay si hay diferencias.

***P: En lo personal, ¿Usted cómo se ve representada en el ámbito deportivo?***

R: Siento que soy una profesional que gracias a Dios y no digo que a todos nos pasa, pero nunca sentí que las puertas se me cerraran por un tema de género o nunca me sentí capaz de estar en un espacio por un tema de género.

Si en algún momento yo sentí que tenía que prepararme más, que talvez no estaba lista para ciertos espacios, que me haya tocada una transmisión y tenía que ponerme a punto y saber que tengo que dar lo mejor de mí, siempre fue por un tema de capacidades, de conocimiento de instruirme en lo que estamos haciendo, en esta profesión y más allá, e indistintamente del género; ósea para mí, siempre mis colegas sean hombre o mujer, aquí estamos para demostrar lo que sabemos y abordar información de la manera más responsable como quiere llegar al televidente.

***P: ¿En qué medio de comunicación siente que tiene más apertura?***

R: Bueno en mi experiencia, que no han sido muchísimos años, hay personas con muchísima más experiencia en el periodismo, he tenido la posibilidad de trabajar en la prensa escrita, en el papel, en la web, en radio y en televisión.

La apertura creo que se da por igual, no hay una situación en que tiene que ser uno, tiene que ser el otro, creo que se da por igual. Si ya depende, obviamente hay lugares, dependerá que cada sitio si es que son un poco más abiertos a tener grupos y equipos mixtos de trabajo y otro que no.

***P: ¿Existe alguna diferencia entre el tiempo de interacción de periodistas femeninos a masculinos?***

R: Yo he estado en espacios de radio y televisión, yo creo que el tiempo que se le da a cada uno para sus comentarios no tiene que ver con género tampoco, nuevamente, eso es en todo espacio, no solo en los que he estado, que escucho y que veo; siempre en ese tipo de mesas de debate, mesas de opinión, hay que meter cuchara como se dice, el que está ahí, el que quiere comentar y que quiere hacer que su comentario sea valedero, a veces convencer al otro, yo creo que tiene que hacerlo, se tiene que lanzarse y va más allá del género, indistintamente.

## **Entrevista a Diego Arcos**

***P: ¿Considera usted que en el fútbol existe desigualdad de género?***

R: No solo en el futbol, en muchos aspectos de la vida hay desigualdad de género y sí, yo si considero que en algunos aspectos en el futbol hay desigualdad de género, hay que establecer en ¿qué?, en ¿cuáles? Pero sí si hay

***P: ¿Cuáles son esos aspectos dentro del ámbito deportivo?***

R: Yo creo que no se la ve o no se les da la misma oportunidad como entrenadora, a las mujeres en el futbol no se las valora por lo que puedan conocer como entrenadoras de fútbol. Considero que a las mujeres, no se les da la oportunidad como narradoras en las transmisiones de fútbol, como comentaristas igual y puede haber muchísimas que sepan o puedan narrar y hacerlo muy bien; pero como que está estigmatizado que no pueden o no tienen la capacidad para hacerlo y eso de ahí, ese estigma, esa forma de verlo de esa manera, para mí es un prejuicio, para mí es una desigualdad es porque yo creo que la vida se debe juzgar por capacidad, no por géneros, ni nacionalidades o religiones y en ese aspecto muchas veces creo que hay una desigualdad con la mujer al creer porque es mujer no va a tener la misma igualdad.

***P: Desde su punto de vista profesional, ¿Cómo caracteriza la cobertura de fútbol femenino que realiza su medio a comparación del fútbol masculino?***

R: Bueno aquí si nos ponemos a comparar el futbol femenino con el futbol masculino, yo en cambio ahí no creo que tenga que ver con una desigualdad de género sino con la calidad de producto. Yo voy a valorar las cosas por su calidad no porque tengo que hacerlo o porque es de otro género; en este país, la cobertura de hecho, hacia todos los otros deportes que no sean la liga de fútbol del Ecuador es empírica es muy pobre y por ahí, a veces vas a empezar a cubrir algo que tenga calidad, aparece Richard Carapaz, todo el mundo quiere entrevistarlo a Richard Carapaz porque ganó el Giro D'Italia, pero antes de eso, no había cobertura.

Con la marcha igual, no la cubrían, pero sale Jefferson Pérez y se hizo la cobertura porque hay calidad, hay un producto; y el futbol es el más popular, es el que está siempre ahí entonces ya hay como una tendencia, una costumbre a cubrirlo.

Con el futbol femenino no creo que no seguirlo tanto, sea por un aspecto de género sino porque recién sale porque estamos viendo que tal es su calidad, su capacidad de cautivar masas, sin embargo, la Súper Liga del año pasado considero que tuvo más cobertura que en algunos deportes en el Ecuador, pero ni de broma cercano a lo que es el futbol masculino.

***P: Se aprecia que las jugadoras no reciben el mismo pago que los futbolistas masculinos, ¿A qué cree que se deba esto?***

R: Con las jugadoras no generan el mismo pago porque no genera la misma cantidad de dinero y aquí también voy a estar consiente, en mi criterio, yo voy a pagar de acuerdo a lo que tú me generas. Si una modelo femenina me genera más que un modelo masculino, ella va a ganar más. Si en el futbol me genera más un jugador de un equipo como Barcelona y Emelec que un equipo como Ñañas, va a ganar más. Entonces, no es creo que se le tiene que pagar igual y punto, sino que hay que establecer porque alguien va a ganar más o menos, de ahí, en esa división, en ese análisis podemos entrar en casos en el que el debate va a ser real para decir: “sabes que hombre y mujer merecen ganar lo mismo” y va a ver otros en que va a merecer ganar más la mujer, va a merecer ganar más el hombre.

En el caso de la Súper Liga Femenina con el torneo del fútbol del Ecuador es un asunto económico plenamente y sí merece ganar más el hombre por lo que genera.

***P: En el ámbito de los comentarios al momento de los partidos, ¿Cree usted que los comentarios que se hacen sobre el futbol femenino son de mismo peso o existe machismo al momento de impartir alguna información?***

R: No creo que haya, en lo general, no creo que alguien comete algún error en su comentario siendo machista es un mal uso de periodismo, pero tal vez en el fondo cree que es la forma que hay que verlo y lidiarlo, por ejemplo: “oye pateó duro, pese a que es mujer”, yo creo que eso no sería un comentario bueno y creo que sí lo pudimos escuchar. Eso está completamente errado, no puedo decirte si lo escuché o tengo una referencia que se lo dijo así, pero eso es algo que considero muy errado.

Dentro de la última Súper Liga, lo que pude escuchar dentro de las coberturas que fueron muy buenas y con estadios llenos en muchos casos, no escuché ese tipo de comentarios.

***P: ¿Considera que el tiempo de cobertura que se le brinda al fútbol femenino equivale al mismo tiempo que al futbol masculino?***

R: No, no se le da para nada la misma cobertura porque no tiene tampoco el mismo alcance, porque no tiene la misma cantidad de oferta. La Súper Liga todavía no empieza, el futbol masculino empezó ya con pre temporadas entonces vas a tener muchas más coberturas del futbol masculino; pero insisto en el punto de vista, esto no obedece a una desigualdad de género sino a desigualdad del producto

***P: ¿Esta problemática puede depender de la hinchada que no le gusta ver futbol femenino?***

R: Si me preguntas a mí sobre audiencias y gustos deportivos en el Ecuador, para mí, al ecuatoriano no le gusta el deporte, el ecuatoriano, de hecho, en fútbol creo que son simpatizantes y no hinchas porque también ves muchos estadios vacíos, al ecuatoriano le gusta ver fútbol por televisión, pero el ecuatoriano no es un gran fanático del deporte.

El ecuatoriano: “No, que te pasa, a mí me gusta el básquet, me gusta el tenis”, okey, ¿Cuántos de toda la población son realmente aficionados a seguir lo que pasa en el Surface, en el tenis, en el beisbol, en los deportes olímpicos? Tenemos muy buenos deportistas a nivel mundial en muchas disciplinas y el ecuatoriano o no le gusta o es ignorante, en cuanto a conocimiento de muchos deportes.

Entonces por ahí entra una parte de la Súper Liga Femenina, la Súper Liga recién se organizó, recién tiene bases sólidas, equipos, profesionalismo, organización, cobertura y pese a eso todavía hay muchos que no la siguen o ni si quiera se han enterado o parece el típico comentario: “es que no difunden, es que no han mucha promoción del tema”, sí lo han hecho, no lo has visto.

***P: En cuánto a lo profesional y laboral, ¿Le dan el mismo tiempo de interacción a las periodistas mujeres que a los hombres?***

R: Yo trabajo en radio Diblu, y radio Diblu es un ejemplo de igualdad a la capacidad. En radio Diblu hay una gran cantidad de mujeres, una gran cantidad de hombres ha sido una profesión que a través de los años ha tenido muchísimo más arraigo hacia los hombres, no sé si las mujeres han tenido miedo o que también es otra realidad, muchos jefes, muchos productores, muchos empleadores no los han querido contratar porque consideran que no es para ellas y eso para mí si está mal, eso para mí si está completamente mal, repito creo en la capacidad.

Hay una realidad en números, de datos que no la podemos negar, hay muchos más periodistas haciendo periodismo deportivo, valga la redundancia, hombres que mujeres, pero esos mismos datos nos dicen que esos mismo cinco años el crecimiento y la participación de las mujeres en el periodismo deportivo es el mejor de todos los tiempos. Están llegando y eso es fantástico, y repito esto no es cuestión de género, es cuestión de capacidad.

***P: ¿Qué le motivó a realizar el reportaje de las futbolistas del deportivo cuenca?***

R: Porque considere que había una historia interesante, yo soy un cazador de historias , yo soy un periodistas, hay periodistas que son investigadores, hay periodistas que se especializan en tal y cual deporte, hay periodistas que hacen más comentarios polémicos, yo soy un periodista que me gusta mucho documentar, a mí me gusta encontrar historias, elaborarlas y compartirlas y cuando me di cuenta lo que estaba generando lo del equipo del Deportivo Cuenca en Cuenca, quise ir a investigar y cuando llegué a Cuenca me di cuenta que el equipo estaba más con el equipo femenino que con el equipo masculino, que los estadios tenían una cantidad de personas muy considerables, que las jugadoras eran conocidas, que eran populares , que el proyecto interesante y que como vivían todas en una casa, en fin, todo eso me interesó, fui lo descubrí porque la historia me llamó la atención y creo que terminaron siendo campeonas , dentro de este equipo había a su vez historias distintas en mucho de las jugadoras, la

convivencia; la forma en que te cautiva a ti una historia, pero tú no sabes porque te cautiva, pero a mi esa historia me atrapó, repito es mi caso, a mí no me importa el color, la religión o el género de la historia.

## 7. Evidencia Fotográfica









## Modelo de encuesta

### Fútbol Femenino

Esta encuesta está dirigida a hinchas del fútbol para conocer la importancia de este deporte en los medios de comunicación.

**\*Obligatorio**

#### Edad \*

- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 46 a 55 años

#### Sexo \*

- Mujer
- Hombre

**¿En qué medios de comunicación se informa sobre temas deportivos?**

- Medios tradicionales
- Medios Online
- Redes Sociales

**¿Considera usted que los medios de comunicación social le dan una cobertura amplia al fútbol femenino en Guayaquil?**

- Sí
- No
- Mucho
- Poco

**¿Considera usted que los medios radiales tienen mayor cobertura que las redes sociales en Guayaquil?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Considera usted que el fútbol femenino en Guayaquil es un deporte que genera alta audiencia en medios de comunicación social, así como en redes sociales?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Considera usted que se necesita un mayor apoyo al fútbol femenino en Guayaquil por parte de los medios de comunicación social y las redes sociales?**

- Sí
- No

**¿Considera usted necesario que se realicen torneos con el fin de promover el fútbol femenino en Guayaquil?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Considera usted que en el deporte del fútbol existe una desigualdad de género?**

- Sí
- No

**¿Considera usted que el fútbol es un deporte que solo debería ser practicado por hombres?**

- Sí
- No

**¿Considera usted que el fútbol femenino tiene mayor presencia en las redes sociales que en los medios tradicionales en la ciudad de Guayaquil?**

- Sí
- No
- Muy poco