

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino  
ecuatoriano**

**AUTOR:**

**Correa Falcones, Bryan José**

**Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Licenciado en  
Comunicación Social**

**TUTOR:**

**Rosero Morán, Gabriel Fernando**

**Guayaquil, Ecuador**

**3 de septiembre de 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Correa Falcones, Bryan José**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**.

TUTOR

f. \_\_\_\_\_  
**Rosero Morán Gabriel Fernando**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Cortez Galecio, Gustavo Alberto**

**Guayaquil, a los 3 del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Correa Falcones, Bryan José**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino ecuatoriano** previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 3 del mes de septiembre del año 2022

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_  
**Correa Falcones, Bryan José**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Correa Falcones, Bryan José**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino ecuatoriano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 3 del mes de septiembre del año 2022

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_  
**Correa Falcones, Bryan José**

## REPORTE URKUND

**Tema:** El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino ecuatoriano

**Autor:** Correa Falcones, Bryan José



### Document Information

---

Analyzed document	bryan.correa.docx (D143560447)
Submitted	9/3/2022 9:24:00 PM
Submitted by	Gabriel Rosero
Submitter email	gabriel.rosero@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	gabriel.rosero.ucsg@analysis.urkund.com

### Tutor

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "G. Rosero", written over a horizontal line.

f. \_\_\_\_\_

**Gabriel F. Rosero Morán, Mgs**



**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_  
**Rosero Morán Gabriel Fernando**  
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_  
**Cortez Galecio, Gustavo Alberto**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_  
OPONENTE

## ÍNDICE

### Contenido

RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT .....	IX
Capítulo 1: Introducción .....	2
Planteamiento del problema y objetivos .....	2
Justificación .....	3
Viabilidad .....	5
Resultados esperados.....	5
Capítulo 2: Metodología.....	6
Enfoque .....	6
Objetivos.....	6
<i>Objetivo General</i> .....	6
<i>Objetivos Específicos</i> .....	6
Formulación de las preguntas de investigación .....	7
Alcance .....	7
Diseño de la investigación .....	8
Técnicas de recolección de la información.....	8
Tratamiento de la información.....	8
Capítulo 3: Fundamentación profesional del PAP.....	9
Preproducción .....	9
<i>Antecedentes teóricos y prácticos de la propuesta</i> .....	9
<i>Análisis del contexto de mercado</i> .....	11
<i>Buyern person</i> .....	11
<i>Mapa de empatía</i> .....	12
<i>Concepto y temática</i> .....	12
<i>Aspectos gráficos</i> .....	13
Guion técnico-literario.....	18
Producción.....	22
<i>Plan de Grabación</i> .....	22
Postproducción.....	25
<i>Montaje</i> .....	25
Estrategia de Comunicación .....	26
<i>Objetivos</i> .....	26
<i>Mensaje Clave</i> .....	26
Lecciones Aprendidas .....	26
Conclusiones y recomendaciones .....	27
Referencias .....	29
Apéndices.....	30

## RESUMEN

El fútbol femenino ecuatoriano continúa en vía de desarrollo, su máximo crecimiento se registra durante la mitad de la última década, esto se puede percibir gracias a la profesionalización de esta disciplina deportiva con la creación de la Superliga Femenina. A pesar de su crecimiento, desde su corta existencia, todavía no se han creado productos comunicacionales que giren en torno a esta temática y que la propongan como eje principal en los medios de comunicación de nuestro país. El presente proyecto de aplicación profesional promueve la difusión del fútbol femenino ecuatoriano, mediante la elaboración de un video podcast, que, a su vez, es una pieza que permite flexibilidad en el momento de distribuir su contenido mediante los medios digitales que se encuentran en las redes sociales. Como resultado de la investigación y el proceso de producción (pre y post) tenemos un producto comunicacional que contenga como tema principal el fútbol femenino ecuatoriano.

***Palabras Claves: Video podcast, contenido comunicacional, fútbol femenino, producción, difusión, redes sociales.***

## **ABSTRACT**

Ecuadorian women's soccer continues to develop, its maximum growth is recorded during the middle of the last decade, this can be seen thanks to the professionalization of this sports discipline with the creation of the Women's Super League. Despite its growth, since its short existence, there have not created any communication products yet, which revolve around this theme and propose it as the main axis in the media of our country. This professional application project promotes the dissemination of Ecuadorian women's soccer, through the development of a video podcast which is, in turn, a piece that allows flexibility at the time of distributing its content through the digital media found in the social networks. As a result of the research and the production process (pre and post), we have a communication product that contains Ecuadorian women's soccer as its main theme.

***Keywords: Video podcast, communication products, women's soccer, production, digital media, social networks.***

# Capítulo 1: Introducción

## Planteamiento del problema y objetivos

En Ecuador, una de las disciplinas deportivas con más repercusión es el fútbol, según Aguilar (2019) *“El fútbol como deporte profesional, incluye a distintos actores que son parte de una sociedad, entre los cuales se destacan los aficionados, hinchas, socios, patrocinadores y los medios de comunicación”*, lo que lleva a considerar a nuestro país como futbolero y por ello en los medios tradicionales o digitales es muy sencillo encontrar espacios dedicados a difundir contenido acerca de este deporte. Es de conocimiento general que el fútbol se volvió rentable, debido a que es un modelo de negocio muy fructífero que mueve cantidades importantes de dinero a nivel global debido a la audiencia que maneja.

De acuerdo con la FIFA, 265 millones de personas practican fútbol; tomando de referencia al mundial de Rusia 2018, estaban afiliados 211 naciones, de las que el 22%, participó en el mundial. Por su parte Valero (2019) acota que, para la Copa del Mundo de 2026, se espera llegar a la cifra de 600 millones de euros sobre lo obtenido en Rusia 2018.

El fútbol masculino a través del tiempo ha logrado construir una industria, a diferencia del femenino, que ha crecido durante los últimos años, pero no a gran escala, sobre todo a nivel nacional y esto se debe a sesgos culturales arraigados dentro de los nichos sociales. Los medios de comunicación juegan un papel importante en la masificación o profesionalización del deporte, pero el espacio que le dedican a la rama femenina no es el adecuado, ya que gran parte de sus programas están dedicados al género masculino.

Si bien es cierto que el fútbol femenino lleva años de atraso desde que se instaló como estructura en Ecuador, también hay que fijarse que durante los últimos años un problema que no ha permitido que se desarrolle de mejor manera es la pobre difusión de contenido que se asocie directamente. (Moreira, 2018)

## Justificación

El fútbol femenino logró formar una estructura medianamente sólida por la cual se sostiene en Ecuador. Según la FEF (Federación Ecuatoriana de Fútbol) se han creado ligas de desarrollo juvenil femeninas en tres categorías; sub 12, sub 14 y sub 16, estas son sustanciales para su desarrollo, esto a partir de la creación del torneo de fútbol femenino en 2013, según Chávez (2016) *“años atrás el fútbol femenino era considerado amateur y con espacios de desarrollo muy reducidos”*, pero no fue hasta el año 2019 que el fútbol femenino se profesionalizó en Ecuador.

Sí a esto le sumamos que este deporte ya tenía un prolongado tiempo de existencia antes de la creación de ligas a nivel amateur y profesionales, según datos de Paredes (2018) *“El fútbol entre las damas, nació el 12 de junio de 1931 con la fundación del Centro Deportivo 12 de junio formado por chicas que quería hacer deporte y entre ellos el fútbol”*, esto marcaría 82 años de esta disciplina bajo el “anonimato”.

La dificultad se maneja en cómo se comunica, debido a que existen varios problemas de difusión del producto como tal; hay poco espacio en TV, por la cobertura principal de estos espacios que ponen foco en la figura masculina, Chávez (2016) sostiene que *“En Ecuador, solo un medio radial y otro de televisión cubren regularmente el Campeonato Nacional Femenino y otras competiciones de fútbol femenino”*. Por otro lado, las redes sociales de los clubes femeninos de fútbol ecuatoriano trabajan sin apoyo de las cuentas más grandes o principales de los clubes; las categorías femeninas en su mayoría son un anexo del club masculino y en ocasiones manejan cuentas independientes de redes sociales, pero otras no las usan, un ejemplo negativo es El Nacional femenino, club que salió campeón de la Superliga Femenina en el 2020 pero desde allí hasta este año (2022) no se ha realizado publicación alguna en la cuenta principal de twitter. Por último, existen programas deportivos conducidos por mujeres que hablan de fútbol, para citar (Ángeles y 5G), que no le dan mucha cabida al fútbol femenino y su contenido está basado en fútbol masculino.

En la disciplina del fútbol, la figura de la mujer queda relegada, debido a su pobre exposición en ella, de forma que se crea una enorme

brecha con su homólogo masculino. Para Litke (2018) *“es necesario analizar si esta práctica está creando nuevos significados o si, por el contrario, reproduce las lógicas masculinas de un deporte pensado por y para los hombres”*, retomando lo propuesto por el autor, no se busca generar llamar la atención en nuevos públicos, como se destaca el desarrollo del fútbol femenino en Europa y Estados Unidos en donde manejan su propia afición, que no necesariamente consume el fútbol masculino.

Crear una estrategia de comunicación es importante para que se pueda mostrar esta disciplina deportiva, y como base principal se propone la elaboración de un podcast audiovisual, el cual va de la mano con una correcta difusión y muestre un contenido novedoso. La idea es exponer a personajes que tengan relevancia dentro del fútbol femenino y que cuenten una historia que llegue a empatizar con los seguidores de fútbol en general. Es importante dar a conocer esta disciplina deportiva y difundirla mediante este producto comunicacional, en este caso audiovisual y multiplataforma, a través de un medio digital que permita darle la repercusión adecuada para su desarrollo.

La creciente demanda del podcasting se debe al uso de reproductores multimedia y también de computadoras; es gracias a esta combinación, la distribución del podcast a través de la red resulta ser sencilla. *(Taylor 2018)*

Esta pieza audiovisual es una herramienta que permite llegar con facilidad a nuevas audiencias que serán las receptoras del producto deportivo. Estas audiencias están acostumbradas a la interacción en redes sociales, medio por el cual el producto se distribuye debido a la facilidad para compartirlo. A su vez se buscará acaparar distintos tipos de consumidores de redes sociales, nos encontramos en la época de lo efímero, en donde redes sociales como *youtube* y *facebook* se están adaptando a lo propuesto por *tiktok* e *instagram*. Para Alonso-López (2022) *“TikTok emerge como un nuevo terreno social donde impera el contenido efímero y con alta carga visual”*.

La metodología aplicada será con enfoque mixto que, según Chaves (2018) *“La investigación de métodos mixtos es el complemento de la investigación cualitativa y cuantitativa. Los métodos de investigación mixta*

*ofrecen una gran promesa para la práctica de la investigación*". Partiendo de los postulados de los autores, la metodología con enfoque mixto permitirá no solo analizar el contenido propuesto hasta el momento por la Superliga Femenina u otros medios de comunicación, sino que se recopilará datos numéricos que permitan medir los resultados obtenidos por estos medios y el producto comunicacional a exponer.

### **Viabilidad**

Existen varios productos audiovisuales bajo la etiqueta de video podcast en los cuales nos podemos basar para el éxito de este proyecto. El referente más importante es el "*Creativo*" de Roberto Martínez; El formato usado trasciende de lo que es el podcast en sí y añade contenido audiovisual que permite a las personas, usuarias de redes, empatizar con el contenido.

Haciendo un breve análisis, la cuenta principal de *Youtube* posee un target que abarca 2 millones de personas, en esta plataforma prácticamente se sube el contenido en bruto videos de aproximadamente una hora y media, si bien estamos hablando de una cuenta grande, sus visitas se dan a la estrategia de comunicación que aplica, ese contenido lo fragmenta, lo adapta a distintas plataformas y lo distribuye, así teniendo más repercusión que la que tuviere con un producto único e inmodificable.

### **Resultados esperados**

Entre los resultados esperados se busca fortalecer la difusión del fútbol femenino en Ecuador, aportando a su correcta difusión y mostrar las problemáticas a corregir dentro de su mundo.

Con el video podcast se espera tener un producto que no sea efímero, sino que sea usado para futuros proyectos que busquen la difusión de contenido de interés que no esté tratado de formas adecuadas.

## Capítulo 2: Metodología

### Enfoque

El presente trabajo de investigación se enmarca en las líneas de estudios de Comunicación multimedia y narrativas digitales, y Estudio de construcción discursiva y recepción, debido a que se pretende analizar, de forma cualitativa por el aspecto y las perspectivas que tienen los invitados acerca de los temas abordados, y cuantitativo acorde a los datos obtenidos en cuanto al desarrollo de esta disciplina durante los últimos 5 años.

El enfoque metodológico en el cual se orienta este proyecto de aplicación profesional es mixto o integral tomando en cuenta que el análisis de los resultados esperados se basará en números; por ejemplo, el alcance del producto comunicacional. Además, en el marco cualitativo trabajará a partir del uso de elementos interpretativos como los comentarios que genere el producto.

Para Chaves (2018) *“la investigación mixta aumenta la posibilidad de ampliar las dimensiones en la investigación, y el sentido de entendimiento del fenómeno de estudio es mayor y más profundo”*. Gracias a la aplicación del enfoque cualitativo, en una parte del trabajo, lograremos cuantificar los resultados del problema. Y la aplicación del enfoque cualitativo nos permitirá profundizar en el problema, en este caso, estudiar las estrategias comunicacionales que no han funcionado dentro de la difusión del fútbol femenino dentro del país, con un análisis del discurso.

### Objetivos

#### ***Objetivo General***

Elaborar contenido de interés mediante una serie podcast audiovisuales para potenciar la difusión del fútbol femenino ecuatoriano.

#### ***Objetivos Específicos***

Usar varias plataformas multimedia para llegar a un target importante que pueda reaccionar e interactuar con lo expuesto sobre el fútbol femenino en cada podcast.

Demostrar las falencias que existen en la difusión del fútbol femenino en Ecuador.

### **Formulación de las preguntas de investigación**

¿Por qué el fútbol femenino en Ecuador tiene fallas en la difusión de su contenido?

¿Por qué no existen piezas o productos de comunicación que se centren específicamente en el fútbol femenino?

¿Por qué el fútbol femenino no puede ser desarrollado con la misma fuerza mediática que el masculino en Ecuador?

### **Alcance**

No existen antecedentes en la literatura revisada de un proyecto de investigación que aborde los puntos expuestos en nuestro problema de investigación y en la realización del producto comunicacional a lograr; existen estudios que abordan temas del fútbol femenino en el país, pero tratan de otros temas, tales como el machismo y falta de recursos para la práctica de la disciplina. Por estos motivos el alcance del proyecto será de carácter exploratorio.

En cuanto al target al cual se pretende llegar es a personas de 18 a 35 años que tengan como interés en común el fútbol. Para esto se usará la plataforma de Facebook mediante un convenio con los portales deportivos;

#### **En Primera y Señal Positiva.**

En Primera es un medio de comunicación digital con presencia en Facebook e Instagram creado en el año 2017, allí se difunde contenido deportivo, sobre todo, futbolístico. Los últimos años han brindado cobertura a eventos importantes del fútbol femenino, tales como; Mundial Francia 2019, Super Liga Femenina 2019-20-21, Copa libertadores femenina 2020-21 y campeonatos sudamericanos. El fan page de Facebook tiene alrededor de 65k de seguidores.

Por otro lado, Señal Positiva es un medio digital más completo, en contenido y estructura, debido a que maneja diversas plataformas web y posee programas varios producidos en vivo, vía streaming. También su contenido principal es el deporte ecuatoriano. Su target en el fan page de

Facebook, el más importante, es de 16k. Aproximadamente un cuarto del primer medio

### **Diseño de la investigación**

La investigación, como ya fue definida anteriormente será exploratoria, debido al análisis de los efectos producidos por las variables expuestas, en este caso se centran en la deficiente difusión del fútbol femenino en Ecuador. Se realizó un monitoreo a los contenidos producidos en medios digitales por parte de los clubes ecuatorianos que participan en la Superliga Femenina y existe poca interacción por parte de sus seguidores con los contenidos publicados.

### **Técnicas de recolección de la información**

Las técnicas de recolección de información de este proyecto se implementarán contribuirán con el enriquecimiento del proyecto.

Se usará la observación, como en el caso de la metodología para trabajar con la literatura que se aproxime al proyecto que se está desarrollando, además aquí podremos encontrar los ejemplos pertinentes para establecer la viabilidad del proyecto.

### **Tratamiento de la información**

El primer momento de observación propone una comparativa entre lo recolectado, es decir seleccionar y descartar datos que sean relevantes para el proyecto, tal cual se desarrolló en el planteamiento del problema, justificación y Metodología del mismo.

La información recabada en el segundo momento servirá para reforzar o contrarrestar la opinión que podemos concluir acerca de la problemática. En su defecto, el tercer momento presentará datos cuantitativos expuestos en gráficos demostrativos que comunicaran como está el consumo del fútbol femenino en Ecuador, en cuanto a su difusión por parte del consumidor posible y se buscará obtener generalidades para desarrollar el PAP.

## Capítulo 3: Fundamentación profesional del PAP

### Preproducción

#### *Antecedentes teóricos y prácticos de la propuesta*

La propuesta en general se basa en la creación de un producto comunicacional como lo es el podcast. En el marco de los componentes que forman parte del proyecto podemos encontrar distintos productos audiovisuales que tienen similitud a lo expuesto.

Los antecedentes teóricos que estudiaremos para la realización de la pieza comunicacional tienen su punto de partida en la elaboración del podcast como tal. Según Martínez (2019) “con la elaboración del podcast se alcanza de forma cercana a públicos reducidos o con intereses específicos gracias al internet”. Teniendo en cuenta esta premisa podemos enfocarnos en un público específico para desarrollar el proyecto, en este caso, personas que les gusta el fútbol.

Los contenidos se digieren fácilmente, incluso cuando se realizan otras tareas simultáneamente. Es la mejor alternativa para aprender nuevos temas y ampliar conocimientos. Los textos pueden ser fríos e impersonales, mientras que los podcasts ponen voz y acercan a los lectores. Permanece en el tiempo. Se pueden escuchar independientemente de la temporalidad. (Martínez 2019)

El autor destaca varios puntos que permiten a conocer la importancia, o el por qué el podcast es un producto que posee practicidad, facilidad de difusión y atención de los nuevos públicos.

En cuanto a su elaboración, entendemos que necesita un proceso en específico y su realización se encamina con las siguientes normas a seguir:

1. Definir el tema, público y los objetivos.
2. Recolección de información del tema a tratar.
3. Lluvia de ideas y organización.
  - Establecer temas a tratar, dependiendo de la extensión del podcast
  - Realizar la jerarquización de la información para la fluidez del programa.

4. Crear el guion:
  - Introducción
  - Desarrollo
  - Despedida

Para reforzar este punto citamos recomendaciones de autor, Para Martínez (2019) la intro, se debe mencionar el capítulo en cada podcast y señalar puntos importantes del tema a desarrollar. En cuanto al desarrollo menciona que su composición no debe ser literal, una parte sin guionizar y la otra sí, además esta parte abarca el 80% del tema. Y para finalizar, en la despedida, se dará gracias a los oyentes, compartir reflexiones del tema y por último invitar a difundir el contenido por las redes sociales.

5. Practicar el guion, en el caso específico de este proyecto se puede cambiar a tener los temas claros y un manejo preciso del tiempo.

6. Se procede a grabar el audio, cuidando la calidad del sonido. Es necesario realizar pruebas con antelación. En nuestro caso se incluyen más detalles de producción audiovisual, por ejemplo:

- Puesta en escena
  - Configuración de cámaras
7. Editar.
  8. Subir el contenido

Como se citó en el apartado de viabilidad en el capítulo anterior, tenemos como referentes directos al podcast “Creativo” de Roberto Martínez, como estructura audiovisual y de distribución en redes sociales; y además agregamos “La década Podcast” de Chilevisión, este último, en su capítulo cuatro toca el tema del fútbol femenino y es aquí donde surge la segmentación de temas durante el desarrollo del episodio, desglosando el tema principal en: la década del fútbol femenino, las figuras, hitos y ¿a dónde vamos?

### ***Análisis del contexto de mercado***

El internet permite flexibilidad de los contenidos y una alta movilidad que se conecta más a la audiencia. Más su inmediatez y diversificación conlleva a nuevos retos y planteamientos al momento de mostrar la información. La rutina del periodista se ha modificado. Más allá de la forma en que se distribuya la información y se la consuma, se debe pensar en cómo hacer llegar las historias aprovechando los nuevos recursos digitales que evolucionan constantemente. (Tamayo 2016)

Y es por esta razón que el podcast está acaparando la atención a los consumidores de redes, pero también hay que destacar la flexibilidad de este producto para distribuirse por varias plataformas sociales. En nuestro caso, será Facebook el principal, debido a que es la red social con mayor acogida en nuestro medio.

Según un informe de Mentinno (2022), la red social que más usa la población ecuatoriana es Facebook, con un aproximado de 13,1 millones de usuarios. Además, en el mismo informe destaca el tiempo en que la gente se mantiene en interacción con la misma, recopilado datos de USA desde 2018 a 2021 dan un aproximado de 16 horas mensuales. Analizando estos datos podemos concluir que la mayoría de los grupos sociales forman parte de esta red y es el medio por excelencia para llamar la atención de los públicos. Por otro lado, el promedio de horas, llevándolas a días, daría un total aproximado de 32 min diarios que el usuario le brinda a la red social, claro, todo esto no habla de una sesión larga. Es por tal motivo que los videos cortos en esta plataforma tienen mayor acogida.

#### ***Buyern person***

- **Perfil**

Estudiante de carreras afines al deporte, practicante de disciplinas deportivas, hombre/mujer que evite los estereotipos.

- **Datos demográficos**

Mujer/Hombre 20-25 años, vive bajo el seno familiar, sus ingresos le permiten tener una buena conexión a internet.

- **Intereses**

Practica deporte, le gusta el fútbol femenino, conoce de varias

disciplinas deportivas.

- **Hábitos**

Usa redes sociales a diario para comunicarse, Facebook es su plataforma favorita, prefiere crear debate sobre cualquier tema.

- **Retos**

Tener conocimiento del fútbol femenino ecuatoriano, compartir ideas sobre el tema con su círculo social.

- **Frustraciones**

Tener poco tiempo para informarse, no estar al día con información de calidad sobre fútbol femenino.

- **Objetivos**

Tener un ingreso estable.

### ***Mapa de empatía***

- **¿Qué piensa y siente?**

- Lo motiva su familia
- Su objetivo es ejercer su profesión.
- Le preocupa el desempleo

- **¿Qué escucha?**

- Oye a sus padres, profesores, amigos y comentarios de redes sociales.

- **¿Qué ve?**

- A sus amigos de universidad, programas de redes sociales, video podcast.

- **¿Qué habla y hace?**

- Habla sobre los problemas sociales, habla de fútbol y su actitud es jovial.

### ***Concepto y temática***

El producto audiovisual gira alrededor del deporte, en este caso específico será el fútbol femenino en Ecuador, cuyo enfoque se centra en la difusión de esta disciplina deportiva, como ya ha sido mencionado en anteriores apartados del documento. El estilo que se empleará en el podcast mostrará una conversación fluida, que deviene de un banco de preguntas ya elaborado para concebir los temas que se abordarán durante la emisión del episodio.

El video podcast tendrá una línea gráfica propia, así como soundtrack; puntos necesarios a destacar para darle identidad al contenido principal y de apoyo que se va a compartir alrededor del producto comunicacional.

### **Aspectos gráficos**

La paleta de colores del podcast será similar a la de la Súper Liga Femenina para que tenga relación con el contenido que se pretende realizar. El Isologo está pensado más en el contenido de las redes, se usará texto con el nombre del podcast “El otro lado” más una imagen representativa del tipo de contenido, La tipografía está relacionada al medio principal de distribución, el Fan Page “En Primera”. Esto se mantendrá en todos los contenidos realizados alrededor del podcast, tales como; banners, sobreimpos, posts (imágenes y extractos de videos), colillas y promos.

### **Plan de contenido para Facebook.**

Las cuentas de Facebook de “En Primera” y “Señal positiva” serán los medios que transmitan el podcast final, también se compartirá el contenido exclusivo que engloba el proyecto. Para aquello se da detalles de los contenidos que fortalecerán la visualización del producto comunicacional:

- **Videos cortos:**

Aquí se mostrará extractos de temas importantes planteados en el video podcast. La idea es publicar estos videos que mantengan cierta independencia y hacer el contenido más ameno para los usuarios de Facebook para poder redirigir a la audiencia al producto original. Llevará una breve descripción del contenido y un link del video podcast principal.

- **Promos:** Antes de realizar la publicación del video podcast, se emitirá una promo por los medios sociales en dos formatos:

- **Video promo:** Se usarán breves extractos del podcast para promocionarlo, tendrá una extensión de 30”. Usará la línea gráfica del proyecto, se lo publicará días antes de la fecha de emisión del video podcast.

- **Imagen promo:** La imagen promocional usará la paleta de colores del video podcast, además de la imagen del/los invitados del programa. Se describirá detalles de la fecha de emisión con la tipografía escogida.  
Tanto la imagen como el video serán distribuidos por todos los medios sociales disponibles, además serán creados en un formato *responsy*, es decir, que se adapte a las multiplataformas.
- **Frases:** Así como los videos cortos se realizará una imagen que contenga la frase más potente del invitado durante el podcast. Esta imagen se elaborará con los elementos de la línea gráfica del proyecto. La finalidad es seguir creando debate y comentarios sobre lo dicho en el programa.
- **Post disponibilidad:** Una vez publicado el podcast se realizará un post con una imagen que promocióne el contenido disponible, en él se detallará puntos importantes y se proporcionará un código QR, además de un link que redirija a la audiencia al podcast.  
A continuación, se comparte los modelos de los posts que brindarán apoyo al contenido principal:

- **Paleta de colores**



○ IsoLogo



- Imagen promo



## Frases



- Post de trivía



**Contenido para el lanzamiento:**

- Video Promo
- Imágenes Promo
- Post del logotipo
- Post acerca del programa
- Motivos por los cuales debes ver el podcast (Reel)
- Post de trivía (para develar al/los invitados)

## Guion técnico-literario

### Guion Técnico

<b>Programa #1</b>			
<b>Operador</b>	<b>Secciones</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Control</b>	<b>Colilla entrada “El otro lado”</b>		0:20s
<b>Locutor 1</b>	<b>Introducción</b>	Bienvenida Presentación de conductor ¿Por qué el nombre del programa?	1:00 m
<b>Control</b>	<b>Colilla entrada segmento “El personaje”</b>		0:20s
<b>Locutor 1</b>	Presentación del invitado		0:30s
	<b>Tema 1</b>	Se realizarán preguntas y se entablará una conversación acerca del tema 1.	8:00 m
<b>Locutor 1</b>	<b>Tema 2</b>	Se realizarán preguntas y se entablará una conversación acerca del tema 2.	8:00 m
<b>Locutor 1</b>	<b>Tema 3</b>	Se realizarán preguntas y se entablará una conversación	8:00 m

		acerca del tema 2.	
<b>Locutor 1</b>	<b>Tema 4</b>	Se realizarán preguntas y se entablará una conversación acerca del tema 1.	8:00 m
<b>Locutor 1</b>	<b>Cierre</b>	Despedida e invitación al próximo Podcast	8:00 m
<b>Control</b>	<b>Colilla salida “El otro lado”</b>		20s
<b>Control</b>	<b>Espacio para publicidades, Señal Positiva y En Primera.</b>		1:30

### Guion Literario

GUIÓN	
CONTR OL	01 COLILLA DE ENTRADA “EL OTRO LADO”
LOCUT OR BRYAN	¡Hola Fans! ¡Bienvenidos al primer programa de “El Otro Lado”! aquí abordaremos temas que se desconocen sobre algo determinado, en esta primera temporada de este podcast mencionaremos la temática del fútbol femenino...
CONTR OL	01 COLILLA DE “EL PERSONAJE”
LOCUT OR BRYAN	Y como es nuestro primer programa, tenemos una invitada especial... ella es Marina Iturralde, Comunicadora Social y Periodista Deportiva...  ¡Qué tal Marina! ¿Cómo te va?...

INVITA DA MARIN A	¡Qué tal, Bryan! Es un gusto y placer estar acá contigo para abordar la temática de la mujer y su participación en el fútbol femenino...
LOCUT OR BRYAN	Marina, coméntame un poco ¿cómo ha sido tu rol como periodista deportiva dentro del fútbol femenino y como se está estableciendo la temática dentro de los medios de comunicación?
	La temática del fútbol femenino y la inclusión de las mujeres tiende ser un tema un poco jocoso, debido a que estas inmersa en un mundo que por lo general la mayor parte que participan en los medios son hombres... tiende a ser complicado por como manejas los diálogos y las conversaciones a partir de. Me parece un reto que tomas como mujer el hablar de fútbol y empaparte datos...
LOCUT OR BRYAN	Dentro de una jerarquía el fútbol femenino en la agenda de los medios no entra como prioridad, entra como algo secundario... La idea es generar este tipos de espacio para hablar de este tema como eje central por su mala difusión y estrategia de comunicación.
INVITA DA MARIN A	En los torneos que organizo, de fútbol baby, son chicos de 6 a 17 años. Las chicas que participan son muy pocas, son menos de 10 en cada escolita...
LOCUT OR BRYAN	Estamos viviendo el inicio de profesionalización del fútbol femenino pero de todas formas existe una brecha enorme con el masculino en cuanto a salarios...
INVITA DA MARIN A	Sin duda, he tenido la experiencia de conversar con jugadoras profesionales, desde los entrenamientos, ellas no pueden entrenar de lunes a viernes. Las chicas en sus divisiones menores no entrenan igual...
LOCUT	Quería hacer un pequeño análisis contigo acerca de la

OR BRYAN	participación femenina en la Copa América de Colombia, solo ganó un partido, el resto los perdió, unos dicen que fue un fracaso, otros que se vio algo de evolución ¿tu cómo tomas esta situación que se vivió?
INVITA DA MARIN A	La elección de la Dt fue acertada, en cuanto a sostener la plantilla, Paso similar con la selección masculina... La nueva Dt tuvo poco tiempo de trabajo, para mí se participó con los ojos vendados y es lamentable por el reflejo que da Ecuador porque era la vitrina para exponer nuestras jugadoras...
LOCUT OR BRYAN	En los medios no es rentable sacar notas del fútbol femenino por los auspiciantes y la liquidez económica...
INVITA DA MARIN A	Te cambian de canal, tengo un ejemplo: En mi casa estuve en un reunión familiar y dije “vamos a ver el partido, va a jugar el nacho”, tengo seis tíos y estaba con 15 personas, adivina cuántos se quedaron conmigo en la sala, ellos no conocían a pesar de la cantidad de redes sociales...
LOCUT OR BRYAN	Muchas gracias Marina por tu comentario acertado, por allí hemos tenido alguna discrepancia, pero a lo que a nosotros nos interesa dentro de este espacio es que se hable más y se generen más comentarios...  Quiero invitar a nuestros amigos suscriptores que nos siguen a través de En Primera y Señal Positiva que se enganchen, comenten y compartan nuestros videos, nos vemos en el siguiente capítulo, esto fue ¡El Otro Lado!
CONTR OL	03 COLILLA DE CIERRE “EL OTRO LADO”

## Producción

### Plan de Grabación

El plan de rodaje estará a cargo de la productora Sin Espacio Film, se lo realizará miércoles 3 de agosto en los estudios de la productora *Light House*.

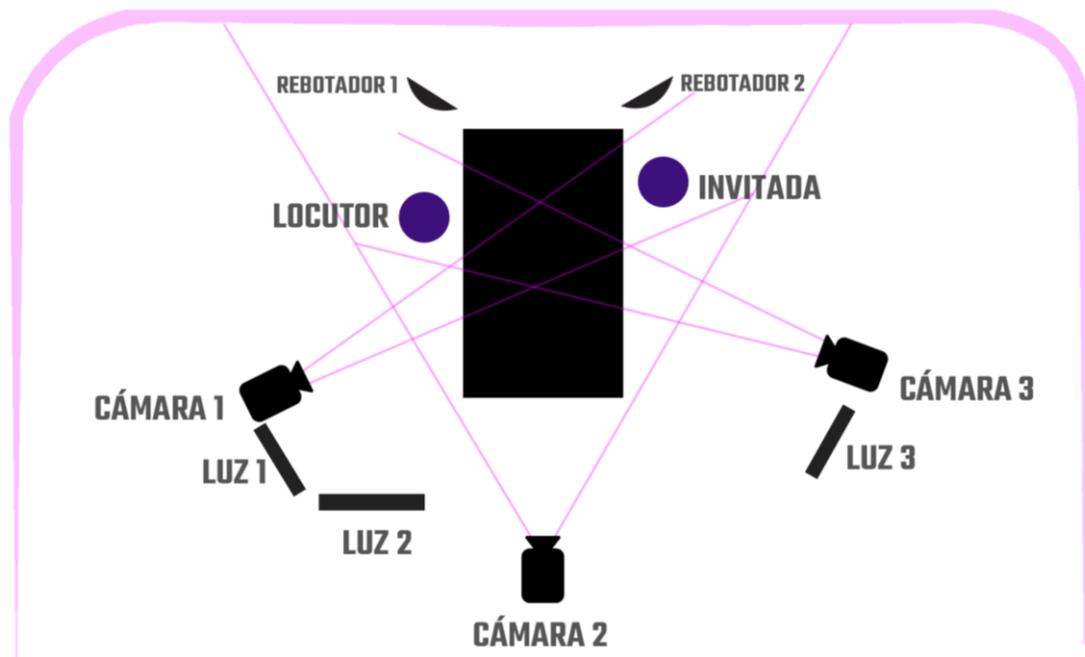
Para la producción del videopodcast se necesitarán los siguientes equipos:

- 3 cámaras Lumix con sus respectivos trípodes.
- 2 luces led + las instaladas en el set.
- 2 micrófonos corbateros

En cuanto al equipo humano que del que se dispondrá aquel día serán los siguientes:

PERSONAL DE PRODUCCIÓN	
ERICK SALVARRIA	PRODUCTOR E ILUMINADOR
ADRIEL IZAGUIRRE	CAMARÓGRAFO Y SONIDISTA
OSCAR PONCE	CAMARÓGRAFO Y DIR. DE FOTOGRAFÍA

### Esquema de set.



### Especificaciones.

- Cámara 1: Encuadra a la invitada.
- Cámara 2: Plano general, encuadra a invitado y locutor.
- Cámara 3: Encuadra al locutor-conductor.
- Luz 1: Ilumina a la invitada.
- Luz 2: Ilumina el set.
- Luz 3: Ilumina al locutor.
- Rebotador 1: Ilumina el fondo, color azul.
- Rebotador 2: Ilumina el fondo, color rojo.

Por su parte, la puesta en escena del set contará con una mesa, sillas, micrófonos (shot podcast) de utilería. Además, el fondo del set será iluminado con colores basados en la línea gráfica del producto.

### Storyboard.



### Plan de rodaje.

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	OBSERVACION
1 (1 de agosto 2022)	Sin definir	Grabación de colillas		A cargo del locutor (Stephanie Granja)

<b>2 (2 de agosto 2022)</b>	Sin definir	Edición de colillas		
<b>2 (2 DE agosto 2022)</b>	Sin definir	Scouting del lugar	Revisión del escenario para definir los lugares adecuados para el armado de la puesta en escena y colocación de equipos.	
<b>3 (3 DE agosto de 2022)</b>	7h00	Montaje de puesta en escena	Se dará forma al escenario con los elementos solicitados para la elaboración del video podcast.	
	8h00	Instalación de equipos	Ubicación de los equipos audiovisuales: cámaras, micrófonos y luces.	
	8h30	Prueba de sonido	Se probará los micrófonos	A cargo del sonidista
	9h00	Prueba de iluminación	Se probarán las luces	A cargo del iluminador
	9h30	Prueba de grabación	Se realizará una grabación de prueba	Con todos los implicados, excepto

				el invitado
	10h00	Grabación con invitado	Ejecución del podcast	
	11h00	Desinstalación de equipos		

## Postproducción

### Montaje

Se eligió un montaje rítmico, en donde se prioriza las tomas en primer plano de los interlocutores (presentador e invitada).

POSTPRODUCCIÓN				
<b>Sin definir</b>		Marcación de contenido	Realizar el pietaje con archivos obtenidos en las tarjetas de memoria	
<b>4 de agosto</b>				
<b>6 de agosto</b>		Montaje	Edición del video podcast en limpio	
<b>8 de agosto</b>		Revisión de audio	Limpiar audio y corregir si es necesario	
<b>10 de agosto</b>		Corrección de color	...	
<b>13 de agosto</b>		Agregar línea gráfica	Agregar, banners, sobreimpos.	
<b>20 de agosto</b>		Producir colillas	Editar audio y video de colillas, más aspectos gráficos.	
<b>23 de agosto</b>		Agregar colillas	Terminar el producto	

## **Estrategia de Comunicación**

### ***Objetivos***

- Difundir el contenido realizado a través de las plataformas propuestas.
- Generar comentarios positivos sobre la temática que contribuyan con la difusión del producto.
- Exponer el fútbol femenino ecuatoriano desde las voces que lo conforman.

### ***Mensaje Clave***

“Crear espacios para difundir el fútbol femenino”

### **Lecciones Aprendidas**

Hay que tener todos los recursos necesarios para la producción del PAP, contemplar todo aquello que se pueda utilizar, así su implementación no aparezca en el esquema básico de la propuesta. En el caso preciso del podcast elaborado se utilizaron más luces, micrófonos y filtros que no estaban contemplados en el plan de rodaje.

Otro punto importante es grabar el audio en una tarjeta independiente o revisar el espacio de almacenamiento de destino. El caso específico del PAP realizado se perdió un minuto de información sonora que mantenga la misma calidad por hacer el cambio de tarjeta. Sin embargo, se pudo recuperar gracias a las otras fuentes de audios que estuvieron durante la grabación.

Una de las dificultades fue tener disposición del invitado que se tenía previsto en un principio debido a la etapa de definición de la Super Liga Femenina, por tal motivo es importante tener un plan B, con un invitado que esté a disposición para evitar perder la planificación del rodaje. El mayor aprendizaje que brindó la producción del PAP es que permite ser resolutivo, es decir, tomar decisiones oportunas en el momento en el que la situación se complica para sacar adelante el proyecto. Esta cualidad es la que diferencia o distingue a los profesionales dentro de su campo de trabajo, sobre todo en la comunicación, debido a su naturaleza desafiante.

## Conclusiones y recomendaciones

Como se mencionó en la problemática propuesta del trabajo, el proyecto se realizó acorde a los objetivos que se plantearon. En este capítulo mostraremos las conclusiones que nos deja el desarrollo de la investigación y la realización del video podcast, esto será de valía para la estructura del documento y futuras propuestas relacionadas con el tema general.

Elaborar un video podcast es el punto de partida para mejorar la difusión del fútbol femenino ecuatoriano, disciplina que se está abriendo camino durante los últimos años y que tiene el potencial para establecerse dentro del deporte ecuatoriano como uno de los más consumidos, siempre y cuando aparezcan productos comunicacionales que lo difundan con la claridad e importancia que se merece.

La flexibilidad que propone este producto comunicacional permite que la difusión de su contenido sea en diversas plataformas, formatos e inclusive con variaciones de tiempo, debido a los temas que se proponen durante la emisión del episodio. Por ejemplo, el episodio número 1 de “El otro lado” tiene 5 subtemas diferentes durante el dialogo, independientemente de que también es posible convertirse en un producto de audio, se puede independizar cada subtema como un clip diferente para una mejor y aprovechable distribución del contenido.

Se alcanzaron los objetivos propuestos durante la elaboración del video podcast, debido a que es un contenido que levanta interés por su actualidad y refuerza la difusión del fútbol femenino en Ecuador por parte de los medios digitales. También, como se mencionó en el párrafo anterior, la practicidad de difusión permite que el target se amplíe para que reaccione, genere comentarios e interactúe desde diversas plataformas.

El mensaje clave que este proyecto propone:

- La elaboración de productos de esta índole es necesaria para darle relevancia a un tema que suele ser ignorado o tocado con poca profundidad dentro de los medios de comunicación, y pensar en generar espacios para difundirlos siempre será positivo para su exposición.

Antes de finalizar, sugerimos las siguientes recomendaciones propuestas por el autor para la elaboración de proyectos similares en base a las conclusiones y resultados del estudio:

- Construir el proyecto a raíz de literatura similar que aborden temas que puedan enriquecer la propuesta, en este caso se elaboró mediante fuentes diversas que solo eran una pequeña parte del problema.
- Los enfoques de investigación mixtos permiten tener una amplia forma de analizar el problema debido a la interpretación de datos y valía de opiniones de los autores que se seleccionaron para elaborar la investigación.
- Las lecciones aprendidas de la producción del producto permiten mejorar la calidad del mismo acorde se va avanzando en la elaboración de productos similares.

## Referencias

- Valero Garzón, E. H. (2019). Fútbol colombiano como negocio: conversión a sociedades anónimas-Ley 1445 de 2011.
- Aguilar, W. G. N. El fútbol, la pasión que muere lentamente en Ecuador.
- Vallejo, R. M., & Pérez, B. Z. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*, (18), 11-24.
- Moreira Burgos, L. E. (2018). Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador.
- Taylor, S. S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones educativas*, 20(29), 95-103.
- Litke, M. A. (2018). Marcando la cancha: una aproximación al fútbol femenino desde las ciencias sociales. *Cuestiones de sociología*, (18), e055-e055.
- Mondragón, L. D. P. P., Giraldo, A. F., & Salas, M. F. (2019). Programa de entrenamiento propioceptivo y su importancia en las capacidades coordinativas en fútbol femenino. *Revista digital: Actividad física y deporte*, 5(2), 120-141.
- Alonso-López, N., & Sidorenko-Bautista, P. (2022). Tratamiento de la memoria histórica española en TikTok: perfiles, contenidos y mensajes. *Revista Mediterránea de Comunicación*.
- Chaves Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social.
- Arenas, A. C. (2021). Métodos mixtos de investigación. Magisterio.
- Martínez Castillo, I., & Suárez Carrasco, L. (2019). Cómo elaborar un podcast.
- Tesis (Licenciada en Periodismo Multimedios), Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas; Quito, Ecuador, 2016.

## Apéndices

Video podcast “El otro lado”

<https://youtu.be/wYQM-05QVAc>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Correa Falcones, Bryan José**, con C.C: #**0926854266** autor del trabajo de titulación: **El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino ecuatoriano**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **3 de septiembre del 2022**

f. \_\_\_\_\_  
Nombre: **Correa Falcones, Bryan José**  
C.C: **0959007921**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	El otro lado: video podcast sobre el fútbol femenino ecuatoriano.		
AUTOR(ES)	Bryan José, Correa Falcones		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Gabriel Fernando, Rosero Morán		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	3 de septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	30
ÁREAS TEMÁTICAS:	Video PODCAST, Fútbol Femenino Ecuatoriano, Medios Digitales		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Video PODCAST, Contenido Comunicacional, Fútbol Femenino, Producción, Difusión, Redes Sociales		
RESUMEN:	<p>El fútbol femenino ecuatoriano continúa en vía de desarrollo, su máximo crecimiento se registra durante la mitad de la última década, esto se puede percibir gracias a la profesionalización de esta disciplina deportiva con la creación de la Superliga Femenina. A pesar de su crecimiento, desde su corta existencia, todavía no se han creado productos comunicacionales que giren en torno a esta temática y que la propongan como eje principal en los medios de comunicación de nuestro país. El presente proyecto de aplicación profesional promueve la difusión del fútbol femenino ecuatoriano, mediante la elaboración de un video podcast, que, a su vez, es una pieza que permite flexibilidad en el momento de distribuir su contenido mediante los medios digitales que se encuentran en las redes sociales. Como resultado de la investigación y el proceso de producción (pre y post) tendremos un producto comunicacional que contenga como tema principal el fútbol femenino ecuatoriano.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 593-959007921	E-mail: bryan.fe1995@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Andrea Jazmín, Ocaña Ocaña		
	Teléfono: +593- 98 694 8134		
	E-mail: andrea.ocana@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			