



Fútbol en femenino

Comunitat Valenciana

PE0932 – Trabajo Fin de Grado

Modalidad C2. Elaboración de una pieza digital especializada

Grado en Periodismo

Nombre del alumno/a: Alejandro Romero Caro – 73659084C

Tutor/a: Rafa Mora Sesma

Curso académico 2019/2020

Nombre del blog: Fútbol en femenino CV

URL: <https://futbolenfemeninocv.wixsite.com/mediodigital>

Fecha de creación: 20/02/2020

Temática: Periodismo deportivo



ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1. Presentación del producto.....	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Interés	3
1.4. Justificación de la selección	3
1.5. Análisis de la competencia.....	3
2. Fase de preproducción	5
2.1. Selección de contenidos	5
2.2. Gestión con las fuentes.....	11
2.3. Previsión de gastos.....	14
3. Fase de producción.....	15
3.1. Justificación del enfoque.....	15
3.2. Secciones.....	16
3.3. Estructura y usabilidad.....	18
3.4. Diseño.....	18
3.4.1. <i>Imagotipo</i>	19
3.4.2. <i>Isotipo</i>	19
3.4.3. <i>Tipografía</i>	19
3.4.4. <i>Color</i>	20
3.5. Interactividad.....	20
4 Fase de posproducción	21
4.1. Plataforma.....	21
4.2. Creación de contenidos	21
5. Valoración final.....	22
5.1. Conclusiones.....	22



5.2. Propuestas futuras de mejora	23
6. Bibliografía.....	24
7. Summary	26
Anexos	33



1. Introducción

1.1. Presentación del producto

Fútbol en femenino CV es un medio de comunicación digital creado para el trabajo de fin de grado (TFG) en la Universitat Jaume I. El cibermedio consiste en una web dedicada al fútbol femenino en la Comunitat Valenciana y se puso en marcha el 20 de febrero de 2020 con su primera publicación. A partir del momento en el que se activó, el medio ha difundido con regularidad piezas periodísticas de diferente índole como noticias informativas, reportajes en profundidad, entrevistas o artículos de opinión.

En relación al nombre del proyecto, **Fútbol en femenino CV** es una denominación muy sencilla y directa, con el fin de que el lector sepa al instante que temática se va a tratar en el cibermedio. De cualquier manera, en el caso de que algún seguidor no sepa que significa la sigla CV, el isologotipo del cibermedio formado por una pelota de fútbol diseñada con la bandera de la Comunitat Valenciana disipa cualquier duda al respecto.

El contenido de la web está dirigido a un target concreto, el cuál alude a un público joven valenciano entre los 15 y los 30 años que le guste el fútbol femenino y tenga interés por estar informado sobre todo lo que rodea a este deporte en su comunidad autónoma. La sección de los quiz o la interacción en las redes sociales son algunas de las herramientas que utiliza el medio para atraer a este público objetivo.

La razón de enfocar los contenidos a este *target* hace referencia a dos cuestiones. Por un lado, en la actualidad las prácticas socioculturales de los jóvenes aparecen signadas por los medios de comunicación, las nuevas tecnologías y el mercado (Giordanengo, 2013). Por lo tanto, es más probable que este público acceda a contenidos web en internet.

Por otro lado, el desarrollo del fútbol femenino en la última década hace que los jóvenes ubicados en esta franja de tiempo y que han vivido este proceso tengan arraigado el fútbol femenino. Como explica Martín Pino (2011), del



mismo modo ocurre con el vínculo que se crea entre un estilo musical que ha marcado una década y los jóvenes que han vivido en ese espacio temporal.

1.2. Objetivos

Fútbol en femenino CV es un proyecto que surge en base a unos objetivos previamente definidos. Por un lado, el medio nace con el propósito de crear un espacio único para el fútbol femenino en la Comunitat Valenciana. Si ya es complicado encontrar un medio donde se trate exclusivamente el fútbol femenino, hallar una web que se centre en una comunidad autónoma en concreto es casi utópico.

Por ello, ante la falta de contenido especializado en el fútbol femenino de nuestro territorio, la Comunitat Valenciana, he visto necesario, además de una buena oportunidad de mercado, construir un medio que ocupe el vacío existencial en esta materia.

Por otro lado, uno de los objetivos por los que me he decantado para desarrollar esta temática es intentar acercar a la audiencia masiva del fútbol masculino hacia la vertiente femenina. Mientras que el partido más visto de la historia de la Primera Iberdrola (primera división femenina) entre el FC Barcelona y el Atlético de Madrid disputado el 18 de noviembre de 2018 llegó a registrar un 1,6 % de cuota de pantalla, un total de 244 000 espectadores (Gol TV ofrece los encuentros en abierto), la audiencia media por partido esa misma temporada en la máxima categoría del fútbol nacional masculino fue de 487 000 espectadores por encuentro (Movistar + ofrece los partidos de pago).

A pesar del auge del fútbol femenino, los datos reflejan que gran parte de los aficionados al deporte rey solo tienen interés en la rama masculina, por lo que la finalidad del medio es elaborar contenidos atractivos y llamativos para conseguir que ese público pueda acercarse también al fútbol femenino.



1.3. Interés

El fútbol femenino es un deporte que está ganando adeptos y dando pasos agigantados en los últimos tiempos. Tanto marcas (Iberdrola), medios de comunicación (Gol TV emite dos partidos de la Liga Iberdrola por jornada desde 2013), aficionados (el Atlético de Madrid – FC Barcelona albergó a 60 000 fans en el Wanda Metropolitano) o jugadoras (el número de licencias de mujeres futbolistas fue de 1 063 090 en 2018, mientras que entre 2002 y 2017 el número de jugadoras federadas se ha multiplicado por cuatro, según datos del CSD) han intensificado su interés por el fútbol femenino.

1.4. Justificación de la selección

En relación a la justificación de la decisión por abarcar el fútbol femenino, mi interés radica en el auge y crecimiento que está llevando a cabo en los últimos años. Es una realidad que el fútbol femenino está progresando de una manera imparable (como he evidenciado anteriormente a partir de cifras y datos) y esto no ha hecho más que comenzar. Por lo tanto, tratar esta materia desde este preciso momento puede ser una ocasión de oro para conseguir ser un medio de comunicación referente en el futuro.

Asimismo, la Comunitat Valenciana es una región que está apostando bastante por el fútbol femenino, tanto a nivel profesional como amateur, por lo que es ineludible aprovechar esta coyuntura y dar visibilidad a nuestra demarcación. Por último, personalmente soy un apasionado del fútbol en general, tanto masculino como femenino. Por ello, quería que en mi TFG se reflejara un buen contenido y si el tema elegido no te motiva ni te agrada es complicado que esto suceda.

1.5. Análisis de la competencia

Internet es un lugar en el cual el incremento de la competencia es notable, debido a que las barreras de entrada para el establecimiento inicial son



mínimas (Salaverría, 2009). Por lo tanto, es esencial realizar un análisis de la competencia para saber qué espacio puede ocupar el cibermedio en relación al resto de webs.

- 1) *Futfem (2003)* → Es un cibermedio que lleva en activo desde el año 2013. En la actualidad, es el medio de comunicación sobre fútbol femenino más completo y popular en España. Cuenta con 28 700 seguidores en Twitter y posee un contenido muy elaborado que abarca en profundidad las competiciones profesionales del fútbol femenino español, la selección y sus categorías inferiores y el fútbol internacional.
- 2) *FutFem.cat* → Es un cibermedio que lleva funcionando desde 2014. Este medio de comunicación de ámbito autonómico trata la actualidad del fútbol femenino en Cataluña, desde la Liga Iberdrola con el FC Barcelona y el RCD Espanyol hasta la preferente. Es la web más similar que existe respecto a **Fútbol en femenino CV**. Cuenta con 4113 seguidores en Twitter.
- 3) *Esportbase* → Es un cibermedio dependiente del periódico Valencia Plaza. Lleva a cabo el tratamiento del fútbol base masculino en la Comunitat Valenciana. Sin embargo, posee una sección bastante interesante sobre el fútbol femenino de la Comunitat Valenciana, tanto a nivel base como amateur.

Después de analizar la competencia más directa de **Fútbol en femenino CV**, se puede llegar a la conclusión de que, aunque existen cibermedios cuya temática responde a fútbol femenino español, no hay indicios de que haya un medio de comunicación especializado en el fútbol femenino de la Comunitat Valenciana en el que se puedan encontrar entrevistas a jugadoras profesionales, reportajes sobre historias relacionadas con el fútbol amateur, noticias, artículos de opinión y quiz.



2. Fase de preproducción

2.1. Selección de contenidos

Durante la fase de preproducción, el primer objetivo que me marqué para el cibermedio fue conseguir publicar los contenidos mínimos requeridos en el TFG. Del mismo modo, me planteé elaborar una pieza mínima a la semana para mantener una regularidad y fidelizar a la audiencia.

A pesar de que creo que lo he conseguido a nivel general, la situación de la COVID-19 ha provocado que la información sobre fútbol femenino en la Comunitat València sea limitada. Por lo tanto, me he visto en la obligación de buscar alternativas como la creación de noticias sobre fútbol femenino a nivel nacional, aunque siempre intentando vincularlas en la medida de lo posible con el territorio que cubre **Fútbol en femenino CV**.

Reportaje radiofónico

El reportaje radiofónico, titulado *El fútbol femenino: una irrupción de luces y sombras* trata sobre los aspectos positivos y negativos que han acompañado al crecimiento abismal del fútbol femenino en la última década. La finalidad de este reportaje es analizar en profundidad los progresos que se han llevado a cabo en el fútbol femenino, pero también examinar los elementos que se pueden mejorar o que aún no se han implantado.

Con todo ello, se pretende crear una balanza ficticia mediante la cual el oyente pueda reflexionar y tener un criterio formado a partir de la información y los datos que se incluyen en la pieza periodística. Creo que es un tema interesante para la audiencia y aunque sea un asunto repetido en algunas ocasiones por otros medios, la introducción de fuentes (jugadoras y entrenadora de la Comunitat Valenciana) protagonistas del acontecimiento y que han vivido el proceso en primera persona convierte al reportaje en una pieza única y diferente al resto.



Reportaje audiovisual

La idea del reportaje audiovisual era que estuviera basado en el CD Camporrobles Femenino, un club del interior de la provincia de Valencia cuyo pueblo no supera los 1400 habitantes. La elección del CD Camporrobles como protagonista de mi pieza audiovisual venía dada por varias razones. Por un lado, es el equipo más antiguo de fútbol femenino en la Comunitat Valenciana, desde 1995 hasta a día de hoy.

Por otro lado, un club tan modesto como el CD Camporrobles Femenino ha conseguido formar una de las mejores canteras de la Comunitat, con actualmente dos equipos de fútbol base y un conjunto amateur en 1ª Femenina Valenta, de donde han salido jugadoras profesionales como Ruth García, Mariví Sanglada, Arancha Soriano o Matilde Martínez.

El objetivo del reportaje audiovisual era mostrar a la audiencia al CD Camporrobles Femenino por dentro, es decir, cómo trabajan, cómo se gestiona todo, la historia del club y el esfuerzo que han tenido que hacer para llegar hasta ahí, conocer a la afición y la gente del pueblo que apoya al equipo, etc. El reportaje hubiera contando con fuentes como Ruth García, jugadora del Levante UD y exjugadora del CD Camporrobles Femenino, Mariví Sanglada, exjugadora del CF San Vicente Valencia (actual Levante UD) y jugadora del CD Camporrobles Femenino, Paco Medina, coordinador del fútbol femenino en el CD Camporrobles Femenino o Rodrigo García, entrenador del equipo femenino de fútbol 8 del CD Camporrobles.

A finales de febrero ya empecé a contactar con las fuentes, ya que quería empezar cuanto antes para que quedase un reportaje serio y profesional. Primero hablé con Paco Medina, que además de ser el actual coordinador del fútbol femenino en el CD Camporrobles, ha sido durante más de 18 años el entrenador del primer equipo femenino. Le expliqué todo el guión y el plan de preproducción detalladamente y sin dudarle me dio permiso para hacerlo, ya que además le hizo especial ilusión.

Una semana antes de que se decretara el estado de alarma fui a Camporrobles para conocer las instalaciones, así como a Paco y a los demás miembros del



club. Además de Paco, pude conocer a Mariví Sanglada y a Rodrigo García (este último estaba ejerciendo de entrenador en un partido del CD Camporrobles Femenino de fútbol 8) y ambos me aceptaron la propuesta para realizarles una entrevista tras explicarles el proyecto que estaba poniendo en marcha.

Acordadas las entrevistas para finales del mes de marzo, solo faltaba conseguir que Ruth García participara en el proyecto también. Aunque Paco (muy amigo de esta) me comentó que podía hablar con ella y convencerla, decidí contactar personalmente con Ruth por Instagram y por suerte me contestó, aceptando también que le hiciera una entrevista el fin de semana que bajara a ver a sus padres a Camporrobles.

Con todo listo para empezar a rodar, la pandemia provocada por la COVID-19 echó todo por tierra. Al no saber cómo iba a evolucionar el virus, decidí esperar para ver si finalmente se podía grabar el reportaje, pero tristemente no ha sido posible. Podría haber hecho el reportaje audiovisual con imágenes y videos de internet junto con entrevistas realizadas por Skype o simplemente haber cambiado de tema, pero no me parecía justo desperdiciar un proyecto con tanta ilusión para el club y para mí personalmente haciendo un trabajo con infinitas limitaciones y no sentirme satisfecho con el resultado. Al ser un pueblo de 1400 habitantes, Paco me comentó que lógicamente tienen dificultades para encontrar niñas que completen sus equipos, por lo que él creyó que el reportaje podía ser una herramienta para promocionar el club y darle visibilidad.

En definitiva, yo soy de Requena y Camporrobles pertenece a la misma comarca. Llevo jugando a fútbol contra el club muchos años, conozco gente allí y me han puesto todas las facilidades posibles desde el primer día que contacté con ellos. Por todo ello, he preferido no llevar a cabo el reportaje en estas circunstancias y realizarlo en el futuro cuando todo vuelva a la normalidad. Muestra de mi compromiso es el plan de preproducción que he elaborado y el vídeo complementario que he creado como *spot* promocional o anticipo del reportaje definitivo que se realizaría cuando las condiciones sanitarias lo permitiesen. **(Anexo 1)**



Entrevistas en profundidad

Entre las diversas entrevistas que he realizado en **Fútbol en femenino CV**, puedo destacar tres piezas periodísticas en profundidad a expertas en la temática que trata el medio, el fútbol femenino en la Comunitat Valenciana. Por un lado, he tenido la oportunidad de entrevistar a dos jugadoras profesionales, que en mi opinión son las fuentes que mejor conocen desde dentro la materia en la que está enfocada el cibermedio.

Por otro lado, he podido entrevistar a una psicóloga deportiva, que además también es jugadora de un equipo de fútbol. En este caso, se ha tratado en profundidad con una experta en la materia cómo afecta la psicología al deporte, más concretamente al fútbol.

En primer lugar, tuve el placer de entrevistar a Aixa Salvador, jugadora del Villareal CF Femenino y de las categorías inferiores de la selección española de fútbol. La delantera castellanense es una de las futbolistas más prometedoras de la Comunitat Valenciana e incluso a nivel nacional, por lo que el interés de la entrevista está justificado.

En la pieza periodística derivada de la conversación con Aixa el lector puede conocer su trayectoria en primera persona, su opinión sincera sobre la actual temporada con el submarino amarillo y su punto de vista sobre cómo vive una futbolista profesional el confinamiento por la COVID-19, qué metas se marca o cómo compagina los estudios con el deporte de élite. **(Anexo 2)**

En segundo lugar, tuve el placer de entrevistar a Tania Sánchez, jugadora del Levante UD Femenino. La delantera valenciana debutó en la Liga Iberdrola con 18 años, pero una lesión de rodilla ha frenado su progresión. Esta temporada se ha recuperado y estaba desplegando un nivel bastante alto, por lo que permitir a la audiencia conocer cómo ha superado la lesión y cómo se siente ahora era motivo suficiente para publicar una pieza periodística de interés.

En la entrevista, el público no solo puede descubrir la historia de la lesión de gravedad que sufrió Tania y todo lo que engloba a esta, sino también su trayectoria o su opinión sobre temas como los ERTE, cómo vive una futbolista



profesional el confinamiento por la COVID-19 o cómo compagina los estudios con el deporte de élite, entre otras cosas.

Por último, he tenido la oportunidad de entrevistar a Sandra López, capitana del UD Aldaia CF Femenino A y psicóloga deportiva del UD Aldaia CF. En la pieza derivada de la entrevista el lector puede conocer detalladamente la historia de Sandra, tanto deportiva como profesional, cuáles son las funciones de un psicólogo/a en un club de fútbol, aspectos interesantes en base a las cualidades psicológicas de lo/as jugadores/as y si existen diferencias respecto a este tema entre los hombres y mujeres deportistas.

En definitiva, se han tratado diferentes aspectos que nacen del nexo entre la psicología y el fútbol, siendo una entrevista reportajeada exclusiva y que no se suele encontrar en el resto de medios de comunicación.

Noticias

El cibermedio cuenta con una serie de noticias o piezas informativas basadas en los criterios de noticiabilidad periodísticos de Stella Martini (2000). Sin embargo, la situación extraordinaria que estamos viviendo por la COVID-19 ha limitado esta sección, debido a que con todas las competiciones paradas la actualidad se ha visto muy reducida.

Por esta razón, como he comentado anteriormente, he incluido noticias sobre fútbol femenino a nivel nacional, aunque siempre intentando vincularlas en la medida de lo posible con el territorio que cubre **Fútbol en femenino CV**.

Entre las noticias que he podido ir publicando destacan la participación de la selecciones valenta sub 15 y sub 17 en el campeonato de España, la paralización de las competiciones en la Comunitat Valenciana por el coronavirus, la realización de ERTES en la Liga Iberdrola con el tratamiento detallado de los equipos de la Comunitat, la rueda de prensa del seleccionador nacional, Jorge Vilda, y todos los movimientos de mercado de los equipos profesionales de la Comunitat.



Reportajes escritos

En cuanto a reportajes escritos, en el cibermedio destacan dos en particular. Por un lado, el reportaje denominado *CF Intercity Femenino: un proyecto ambicioso sin límites*. Esta pieza trata sobre el Intercity Femenino, homólogo del equipo masculino que milita en tercera división. La versión femenina del club alicantino nació este mismo curso y la gran apuesta y gestión del equipo han hecho que estén registrando unos números de récord, ya que entre otras cosas no han perdido ni un solo encuentro.

En base a esto, la historia del conjunto de San Juan me parecía bastante interesante, debido a que además de inédita, también es curiosa y atractiva. Finalmente, mis percepciones han quedado reflejadas en la web, ya que es la pieza más vista del cibermedio a día de hoy.

Por otro lado, el reportaje titulado *El proyecto Valenta se convierte en un referente nacional para el fútbol femenino* también ha tenido una gran repercusión, sobre todo por redes sociales. La pieza trata sobre Valenta, una iniciativa para fomentar y potenciar el fútbol femenino en la Comunitat Valenciana llevada a cabo por la FFCV. El artículo cuenta con la colaboración de Salvador Gomar, presidente de la Federación de Fútbol de la Comunitat Valenciana, y Santi Triguero, seleccionador valenciano sub 17 y sub 21.

Galería

Desde un primer momento, mi intención era completar esta sección con imágenes de todos los contenidos que fuera realizando en el cibermedio. Sin embargo, el confinamiento debido a la COVID-19 ha provocado que el 90 % de las publicaciones del medio se hayan elaborado vía telemática, por lo que la galería ha sido realmente perjudicada.



Quiz

La innovación es un valor fundamental en el periodismo, ya que está marcada por el optimismo, la exploración y la búsqueda del valor diferencial, como explica José Manuel Noguera Vivo (2015), profesor de Tecnología de la Información y doctor en Comunicación por la Universidad Católica San Antonio de Murcia, en la lectura *Innovación y Periodismo: emprender en la Universidad*.

La sección de los quiz es la más innovadora del cibermedio, ya que busca conseguir un valor diferencial a partir de la interacción con los lectores. El objetivo es que, a partir de preguntas de fútbol femenino, el público se entretenga y, además, aprenda. **(Anexo 7)**

2.2. Gestión con las fuentes

Para Fontcuberta (1993), un medio sin fuentes es un «medio muerto». Por ello, en **Fútbol en femenino CV** las fuentes son esenciales para elaborar todas las piezas periodísticas que conforman el medio. Dentro del mapa de fuentes, se pueden encontrar diversos testimonios clasificados según las pautas de Villaseñor Rodríguez (1998).

Mapa de fuentes informativas

➤ *C.F. Intercity Femenino*

- Juan Carlos Salcedo, entrenador del C.F Intercity Femenino
- Lucía Ramo, jugadora del C.F Intercity Femenino
- Marta Zambrano, jugadora del C.F Intercity Femenino

➤ *Villareal C.F. Femenino*

- Aixà Salvador, jugadora del Villareal C.F. Femenino



➤ *C.D. Camporrobles*

- Paco Medina, coordinador de fútbol femenino en el CD Camporrobles y entrenador del infantil-cadete femenino
- Mariví Sanglada, jugadora del CD Camporrobles Femenino A
- Rodrigo García, entrenador de benjamín-alevin femenino del CD Camporrobles
- Ruth García, actual jugadora del Levante UD Femenino y exjugadora de las categorías inferiores del CD Camporrobles Femenino
- Ayuntamiento de Camporrobles

➤ *Levante UD Femenino*

- Tania Sánchez, jugadora del Levante UD Femenino

➤ *CF UD Guerreras Femenino Requena*

- Lita Villodre, entrenadora del CF UD Guerreras Femenino Requena
- María Gómez, jugadora del CF UD Guerreras Femenino Requena
- Jessica Gómez, jugadora del CF UD Guerreras Femenino Requena

➤ *CF Joventut Almassora Femenino*

- Miriam Prades, jugadora del CF Joventut Almassora Femenino



- UD Aldaia CF
 - Sandra López, jugadora del UD Aldaia CF Femenino A y psicóloga del club
- Andrea Tena, árbitra de 3º división autonómica masculina, siendo también colegiada de la liga Reto Iberdrola y linier de la liga Primera Iberdrola durante tres temporadas
- Pau Pardo, periodista. Actualmente es director de *Negre sobre Blanc*, tertuliano en *Radio Marca Valencia* y cronista en *Superdeporte.es*
- David Ferrís, periodista. Actualmente trabaja como redactor en *Esport Base*, colabora en *Radio Marca* y presenta el programa *Pase de Gol*.
- Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (ACFF)
- Federación de Fútbol de la Comunitat Valenciana (FFCV)
 - Salvador Gomar, presidente de la Federación de Fútbol de la Comunitat Valenciana
 - Santiago Triguero, entrenador de la selección valenciana sub 17 y sub 21
- Real Federación Española de Fútbol (RFEF)

El contacto con las fuentes no ha sido una tarea sencilla, ya que ser estudiante implica que muchos personajes rechacen colaborar con el cibermedio. Sin embargo, con esfuerzo e insistencia he podido conseguir un número satisfactorio de fuentes que me han atendido con amabilidad. La manera más común de contactar ha sido a través de redes sociales (Twitter, Instagram) y por correo electrónico.



En relación a las entrevistas, el estado de alarma no ha dejado más remedio que la mayoría de conversaciones se hayan mantenido por vía telefónica, skype o correo electrónico.

Las fuentes más difíciles de conseguir han sido las futbolistas profesionales, como era de esperar. Al fin y al cabo tienen un tiempo limitado por su trabajo. Pero sobre todo el mayor obstáculo han sido los clubes, debido a que ponen muchos impedimentos a la hora de conceder una entrevista con su jugadora.

2.3. Previsión de gastos

Para elaborar todas las piezas periodísticas que componen **Fútbol en femenino CV** ha sido necesario conseguir el material pertinente para cada tipo de contenido. De este modo, aunque muchas de los artilugios han sido prestados por el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I (LABCOM), otros han tenido que ser comprados.

Equipo técnico

- Cámara Canon EOS 700D con objetivo 18-55 I5 STM → 549 €
- Cámara Sony-NX100 → 1700 € (LABCOM)
- Batería Sony-NX100 → 21,95 € (LABCOM)
- Trípode profesional Gloxy GX-T6662A Plus para Sony NX100 → 89,99 € (LABCOM)
- Micrófono corbata DSLR → 23 € (LABCOM)
- Tarjeta SD SanDisk 32 GB → 23,99 €
- Portátil Asus F556U → 449,50 €
- Grabadora audio Zoom H4n Pro → 195 € (LABCOM)
- Micrófono de mano Sennheiser E 845 S → 159,83 € (LABCOM)
- LinkinPerk Cable XLR, cable de extensión de micrófono → 12,99 € (LABCOM)



Programas de edición

- Adobe Premiere Pro 2020 → 290,17 €
- Adobe Audition 2020 → 290,17 €
- Adobe Illustrator 2020 → 290,17 €

Transporte

- Viajes en coche Castellón-Requena → 80 €
- Viajes en coche Requena – Valencia → 50 €

GASTO TOTAL	2023,50 €
--------------------	------------------

* En el gasto total solo se han incluido aquellos materiales que no han sido prestados por el LABCOM.

3. Fase de producción

3.1. Justificación del enfoque

Lo que se quiere conseguir con **Fútbol en femenino CV** es visibilizar el fútbol femenino de la Comunitat Valenciana. Para ello, se pretende informar al público de las noticias que ocurren, acercándoles al fútbol amateur con historias curiosas e interesantes y proporcionándoles entrevistas de primer nivel con jugadoras profesionales.

De este modo, los seguidores del cibermedio tendrán un espacio único y exclusivo donde podrán disfrutar de contenido inédito y de primer nivel sobre fútbol en la Comunitat Valenciana, mientras que antes se tenían que conformar con información sobre fútbol femenino generalizado o contenido específico, pero muy escaso, de fútbol femenino en la Comunitat.



3.2. Secciones

El cibermedio está organizado en diversas secciones divididas por su temática para facilitar al lector la búsqueda de contenidos. Evidentemente las piezas periodísticas están ordenadas en su sección por su orden de publicación.

Inicio

En esta sección aparecen todas las noticias que comprenden **Fútbol en femenino CV**, por lo tanto, se identifica como la portada del medio de comunicación. Esta sección es una manera de que el lector pueda echar un vistazo rápido al medio para ver qué contenido le interesa, así como para almacenar a modo de biblioteca todos los documentos. Además, también aparecen en esta página los contenidos más ilustrativos del canal (entrevista audiovisual, vídeo CD Camporrobles Femenino y reportaje radiofónico) junto con los últimos tuits publicados por parte del cibermedio en la red social Twitter. **(Anexo 3)**

Actualidad

La sección de actualidad contiene todas las noticias que voy elaborando en base a los acontecimientos que surgen cada día relacionados con la temática del cibermedio. Este apartado permite al lector informarse de los sucesos sobre fútbol femenino en la Comunitat Valenciana en tiempo real y seguir la actualidad de una manera práctica.

A pie de campo

Esta sección consiste en entrevistas a personajes públicos dentro de la temática que abarca el medio. En ella podemos encontrar entrevistas con jugadoras profesionales o árbitras profesionales.



La finalidad de esta sección es acercar al público a las deportistas de élite, intentando evitar la superficialidad y contando las historias personales en profundidad de las protagonistas, mostrando también su punto de vista sobre determinados temas.

El nombre de la sección hace referencia a las entrevistas que se realizan a pie de campo a los futbolistas tras finalizar un encuentro.

Historias del fútbol modesto

Esta sección trata sobre relatos relacionados con el fútbol femenino en la Comunitat Valenciana, con el fin de conceder un espacio a los clubes, entrenadore/as y jugadoras amateur, es decir, no profesionales que conforman este deporte y que también merecen ser escuchados. En esta sección se pueden encontrar diferentes tipos de piezas, ya sea entrevistas, entrevistas reportajeadas o reportajes.

En este apartado se pueden descubrir historias realmente fascinantes que no suelen salir a la luz la mayoría de las veces, ya que no existen muchos medios que apuesten por este tipo de contenidos de forma tan potente como **Fútbol en femenino CV**.

Opinión

En esta sección se pueden encontrar artículos de opinión basados en multitud de temas y sucesos sobre el fútbol femenino en la Comunitat. En este apartado he querido impulsar la innovación incluyendo piezas de otros periodistas de la Comunitat Valenciana especializados en este deporte. Con esto, el cibermedio pretende favorecer la pluralidad y la diversidad de opiniones, ya que si escribiera yo todos los artículos el lector solo podría nutrirse a partir de un punto de vista único.



Quiz

Como cité anteriormente, la sección de los quiz es la más innovadora del cibermedio, ya que busca conseguir un valor diferencial a partir de la interacción con los lectores. El objetivo es que, a partir de preguntas de fútbol femenino, el público se entretenga y, además, aprenda.

3.3. Estructura y usabilidad

La web de **Fútbol en femenino CV** ha sido pensada y creada con la finalidad de que el lector puede moverse con soltura por el cibermedio y encuentre de manera sencilla el contenido que busca. Por ello, se ha diseñado un menú horizontal (vertical en la versión de móvil) con todas las secciones.

Otros elementos que se ha añadido al cibermedio son los *widgets* con el objetivo de facilitar el acceso a funciones frecuentemente usadas y proveer de información visual. En este caso se han utilizado botones para dar *like*, iconos de las redes sociales que utiliza el medio (Twitter e Instagram) para acceder directamente a estas plataformas a través de la web y el botón de búsqueda para que el usuario pueda buscar algún contenido específico de manera más rápida introduciendo la palabras clave.

Por otro lado, también se han incorporado componentes que fomentan la interactividad como los hipervínculos. Gracias a estos, el lector puede ampliar la información de la pieza periodística del cibermedio, pero sin salirse de este.

3.4. Diseño

El diseño es algo capaz de transmitir la imagen de una marca y su mensaje, a la vez que muestra el grado de compromiso de una firma por la buena experiencia de sus consumidores (Díaz, 2008). En base a esto, el diseño ha adquirido un alto grado de importancia en la creación de la web.



3.4.1. Imagotipo

El imagotipo es la representación gráfica de una marca a través de una o varias palabras junto a un icono. No obstante, a pesar de que trabajan juntos, la parte textual de la parte gráfica está muy bien diferenciada y no fusionada en uno. (Díaz, 2008)

En base a esto, el imagotipo del cibermedio está formado por el nombre de este «Fútbol en femenino» y debajo «Comunitat Valenciana» acompañado de un balón de fútbol con la bandera de la Comunitat Valenciana que actúa como icono. Asimismo, el icono está rodeado por una esfera que termina en una especie de humo. El imagotipo se ha utilizado para la cabecera de la web. **(Anexo 4)**

3.4.2. Isotipo

El isotipo es la parte simbólica o icónica de la representación gráfica de una marca. Es decir, el «dibujo». Se refiere a cuando representamos la marca a través de un símbolo, icono. En este caso, el isotipo está compuesto por el icono que acompaña al texto en el imagotipo, pero completándolo con las iniciales del medio de comunicación «FEF CV».

Este isotipo es utilizado en las redes sociales para que el público pueda identificar de una manera más visual el cibermedio. **(Anexo 5)**

3.4.3. Tipografía

Respecto a la tipografía, tanto para el imagotipo como las secciones que aparecen en el menú horizontal del cibermedio se ha empleado la tipografía Impact, ya que creo que su grosor amplio la hace llamativa y además es legible fácilmente. Por otro lado, para los titulares y el cuerpo de las noticias se ha utilizado la tipografía Próxima Nova, ya que es bastante adecuada para la lectura y al ser delgada no la hace pesada.



Por último, los hipervínculos aparecen en color morado, debido a que es el color característico de **Fútbol en femenino CV** y ,por lo tanto, es una seña de identidad del medio de comunicación.

3.4.4. Color

El color que identifica a primera vista a **Fútbol en femenino CV** es el violeta o morado. Tanto el isotipo y el imago tipo como el cibermedio en general están bañados por este color tan representativo y asociado a la mujer.

Se trata del color internacional del movimiento por la igualdad de derechos y el tono que las sufragistas estadounidenses adoptaron como uniforme en la marcha de Washington a favor de la Enmienda por la Igualdad de Derechos en 1978.

De este modo, un medio que informa sobre fútbol femenino, defiende la igualdad de derechos entre hombres y mujeres y visibiliza el colectivo femenino en el deporte es un abanderado adecuado para este color y todos los significados que lo rodean.

3.5. Interactividad

La interactividad, en concreto, trata de incentivar la colaboración y el intercambio de información rápida de manera ágil y cómoda entre las personas (Martínez y Cabezuelo, 2010). En base a esto, **Fútbol en femenino CV** es consciente de que en la era digital es imprescindible que el público se sienta partícipe del medio y que pueda expresarse respecto al contenido que consume.

Para ello, en el cibermedio se ha habilitado en cada pieza periodística un *post* para comentarios, así como un botón para dar *like*. Ambas herramientas sirven para que el lector pueda mostrar su punto de vista respecto a lo que está consumiendo.



Asimismo, el cibermedio posee un formulario de contacto en el pie de página de la web para el internauta que tenga alguna duda o cuestión sobre cualquier asunto que incumba al medio.

Las redes sociales son también un instrumento muy eficaz para mantener el *feedback* con los seguidores. En relación al público objetivo, que son los jóvenes entre 15 y 30 años, el cibermedio ha considerado que la mejor forma de interactuar con este *target* es a través de Instagram, Twitter y Youtube (**Anexo 6**). Según la infografía de Global Index Web, Instagram (35,5 %), Twitter y Youtube (ambos 30,5 %) son las plataformas más utilizadas entre las personas cuya franja de edad se encuentra entre 15 y 30 años.

4 Fase de posproducción

4.1. Plataforma

La plataforma que he decidido emplear para mi cibermedio ha sido *Wix.com*. Una de las principales razones ha sido que es gratuita y para un estudiante es un factor clave. Otro motivo de peso por el que me he decantado por *Wix* y no por *Wordpress* por ejemplo, que también es gratuita, ha sido porque la primera ofrece una amalgama de diseños y posibilidades de creación enorme.

En definitiva, es una plataforma muy recomendable para cualquier persona que quiera empezar desde cero para crear un medio de comunicación, una página web de su empresa o un blog. El único problema que me he encontrado ha sido el dominio. A pesar de que *Wix* es gratuito, si quieres cambiar el dominio de tu cibermedio para que la web tenga mayor accesibilidad en internet tienes que pagar.

4.2. Creación de contenidos

En cuanto al reportaje radiofónico, las entrevistas se grabaron a partir del móvil, ya que debido a la situación extraordinaria de la COVID-19 no fue posible



utilizar una grabadora del Labcom. Para editar el reportaje se utilizó Adobe Audition 2020.

Los contenidos audiovisuales fueron grabados vía Skype, por la misma razón menciona anteriormente. Por último, la posproducción del reportaje audiovisual fue llevada a cabo mediante Adobe Premiere Pro 2020. Tanto para el reportaje radiofónico como la entrevista audiovisual he podido utilizar los programas de edición que hemos usado durante los cuatro años del grado, por lo que me ha sido sencilla la tarea de posproducción.

En referencia al imagotipo y el isotipo, ambos fueron creados mediante la utilización de Word y de Adobe Photoshop 2020. Del mismo modo, algunas imágenes de elaboración propia que aparecen en el cibermedio también han sido realizadas a partir de estas herramientas.

5. Valoración final

5.1. Conclusiones

La realización de la modalidad C2 del TFG ha sido una experiencia gratificante y enriquecedora. No obstante, como todo proyecto periodístico, no ha estado exento de obstáculos y dificultades que no han hecho el camino tan plácido. Cabe añadir que no me arrepiento de haber escogido la modalidad del cibermedio, ya que he podido aplicar de manera práctica todos los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de carrera.

La creación de un medio de comunicación digital me ha aportado varios aspectos positivos. Por un lado, he aprendido a gestionar un cibermedio de manera individual, ya que, aunque he colaborado en tres, nunca había sido el único y principal artífice. Mediante este rol he tenido que pensar y diseñar toda la web, crear los logos (isotipo, imagotipo), gestionar las relaciones con las fuentes, meditar los temas de las piezas periodísticas y editar a fondo.

Hacer todo esto sin ayuda me ha convertido en una persona más autónoma e independiente. Asimismo, me he demostrado a mí mismo que soy capaz de



llevar a cabo lo que me proponga. En definitiva, este proyecto me ha hecho salir de mi zona de confort, consiguiendo que sea mejor periodista y persona.

Por otro lado, los aspectos negativos también han aparecido, como era de esperar, en la elaboración de un trabajo de tal magnitud. La relación con las fuentes ha sido un proceso costoso en algunos casos, en concreto con los personajes públicos o de mayor relevancia. Conseguir una entrevista e incluso una simple declaración de este tipo de personas siendo estudiante es una tarea complicada. Sin embargo, el resto de fuentes han tenido una actitud encomiable y su colaboración ha sido vital para sacar el reportaje adelante.

Otro contratiempo que ha afectado al cibermedio de manera drástica ha sido la COVID-19. Esta pandemia mundial me ha obligado a buscar noticias sobre fútbol femenino en la Comunitat Valenciana cuando todo el deporte estaba parado, me ha imposibilitado hacer el reportaje audiovisual y algunas entrevistas y reportajes que tenía en mente hacer en persona y ha hecho que la sección de la galería esté totalmente vacía debido al confinamiento.

En definitiva, ha sido una situación extraordinaria y jamás vivida que ha impedido desarrollar el proyecto de TFG de manera completa y al máximo, pero también me ha enseñado a trabajar en unas condiciones desfavorables y que seguro que será una gran lección para el futuro.

5.2. Propuestas futuras de mejora

En líneas generales creo que la modalidad C2 del TFG está bien planteada. Los contenidos por cantidad, es decir, en cuanto a requisitos mínimos por número de publicaciones son adecuados para una persona y el tiempo es más que suficiente.

También es cierto que hemos tenido más tiempo libre para dedicar exclusivamente al TFG, ya que si hubiéramos estado realizando las prácticas al mismo tiempo hubiera sido más difícil compaginar ambas cosas.



6. Bibliografía

CSD (2018). *Licencias: Histórico 1941 – 2018*. [Consulta: 10 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Historico%20licencias%20%28actualizado%202018%29.pdf>

De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós, Buenos Aires. [Consulta: 6 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: <https://profesorsergiogarcia.files.wordpress.com/2017/05/fontcuberta-mar-la-noticia-pistas-para-descubrir-el-mundo.pdf>

Giordanengo, Carina (2011). *El consumo de la radio y nuevas tecnologías en los jóvenes de Villa María*. Encuentro Panamericano de Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba y Escuela de Ciencias de la Información. [Consulta: 13 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: <https://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Recepci%C3%B3n%2520y%2520apropiaci%C3%B3n%2520medi%C3%A1tica/-Unlicensed-Recepci%C3%B3n-y-apropiaci%C3%B3n-medi%C3%A1tica.-Giordanengo.pdf>

Gutiérrez Martínez, F; Lorenzo Cabezuelo, F (2010). *Interactividad: revisión conceptual y contextual*. [Consulta: 6 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: <file:///C:/Users/Alejandro/Downloads/Dialnet-Interactividad-3195995.pdf>

Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma, Buenos Aires. [Consulta: 10 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: [file:///C:/Users/Alejandro/Downloads/Periodismo_noticia_y_noticiabilidad%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Alejandro/Downloads/Periodismo_noticia_y_noticiabilidad%20(1).pdf)

Noci Díaz, Javier (2008). *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital*. [Consulta: 6 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: https://www.academia.edu/17175448/Elementos_de_la_comunicaci%C3%B3n_digital._Hacia_una_teor%C3%ADa_del_ciberperiodismo

Rodríguez Pino, Martín (2011). *Reflexiones sobre Música y Neurociencia*. [Consulta: 10 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en:



<http://dragodsm.com.ar/pdf/dragodsm-seccion-neurociencias-reflexiones-musica-neurociencias-03-2013.pdf>

Sánchez Manfedi, Juan Luís (2015). *Innovación y Periodismo: emprender en la Universidad*. [Consulta: 25 de abril de 2020]. [En línea]. Disponible en: http://193.147.26.104/bitstream/handle/10952/1155/cac76_jmnoguera.pdf?sequence=1&isAllowed=y



7. Summary

1. Introduction

Fútbol en femenino CV is a digital communication medium created for the end of degree work (TFG) at the Universitat Jaume I. The cybermedia consists of a website dedicated to feminine soccer in the Valencian Community and was launched on February 20 2020 with its first publication.

In relation to the name of the project, **Fútbol en femenino CV** is a very simple and direct denomination, in order that the reader knows instantly which subject is going to be dealt with in the cybermedia. Anyway, in the case of any non-separate follower that means the abbreviation CV, the isologotype of the cybermedia formed by a soccer ball formed with the flag of the Valencian Community dispels any doubt in this regard.

The content of the website is aimed at a fundamental target, which refers to a young Valencian audience between 15 and 30 years old who likes women's football and is interested in being informed about everything that surrounds this sport in their autonomous community. The Quiz section or the interactions on social networks are some of the tools that the medium uses to attract this target audience.

2. Goals

Soccer in women's CV is a project that arises based on previously defined objectives. On the one hand, the medium was born with the purpose of creating a unique space for women's football in the Valencian Community. If it is already difficult to find a medium that exclusively deals with women's football, finding a website that focuses on a specific autonomous community is almost utopian.

For this reason, given the lack of specialized content on women's football in our territory, the Valencian Community, I have seen it necessary, in addition to a good market opportunity, to build a medium that occupies the existential gap in this matter.



On the other hand, one of the objectives for which I have opted to develop this theme is to try to bring the massive audience of men's football closer to the female side. Despite the rise of women's football, the data reflects that a large part of fans of the king's sport only have an interest in the male branch, so the purpose of the medium is to produce attractive and striking content to ensure that this public can also approach the Women's Football.

3. Sections and content

The cybermedia is organized in various sections divided by its theme to facilitate the search for content by the reader. Evidently the journalistic pieces are ordered in their section by their order of publication.

Inicio

In this section all the news that includes Soccer in women's CV appear, therefore, it is identified as the cover of the media. This section is a way for the reader to take a quick look at the medium to see what content interests them, as well as to store all documents as a library.

Actualidad

The current affairs section contains all the news that I am preparing based on the events that arise every day related to the subject of cybermedia. This section allows the reader to find out about the events about women's football in the Valencian Community in real time and to follow the news in a practical way.

A pie de campo

This section consists of interviews with public figures within the theme covered by the medium. In it we can find interviews with professional players or professional referees.

The purpose of this section is to bring elite athletes closer to the public, trying to avoid superficiality and telling in-depth personal stories of the protagonists, also showing their point of view on certain topics.



The name of the section refers to the interviews that are carried out on the field with the soccer players after finishing a match.

Historias del fútbol modesto

This section deals with stories related to women's football in the Valencian Community, in order to give space to clubs, coaches and amateur players, that is, non-professionals who make up this sport and who also deserve to be heard.

In this section you can discover really fascinating stories that do not usually come to light most of the time, since there are not many media that bet on this type of content as powerfully as Soccer in women's CV.

Opinión

In this section you can find opinion articles based on a multitude of topics and events about women's football in the Region. In this section I wanted to promote innovation by including pieces by other journalists from the Valencian Community specialized in sports.

With this, the online media aims to promote plurality and diversity of opinions, since if I wrote all the articles the reader could only be nourished from a single point of view.

Quiz

As I mentioned before, the quiz section is the most innovative in the online media, since it seeks to achieve a differential value from the interaction with readers. The objective is that, from questions of women's football, the public is entertained and also learns.

4. Estructura and usability

The website for Women's Football CV has been designed and created with the aim that the reader can move freely through the cybermedia and find the content they are looking for in a simple way. Therefore, a horizontal menu (vertical in the mobile section) with all the sections has been designed.



Other elements that have been added to the cybermedia are widgets with the aim of facilitating access to frequently used functions and providing visual information. In this case, buttons have been used to like, icons of the social networks used by the medium (Twitter and Instagram) to directly access these platforms through the web and the search button so that the user can search for specific content faster by entering the keywords.

On the other hand, components that promote interactivity have also been incorporated, such as hyperlinks. Thanks to these, the reader can expand the information of the journalistic piece of the cybermedia, but without leaving it.

5. Corporate identity

The corporate identity is something capable of transmitting the image of a brand and its message, while showing the degree of commitment of a firm for the good experience of its consumers (Díaz, 2008). Based on this, design has acquired a high degree of importance in the creation of the web.

5.1. Imagotype

The imagotype is the graphic representation of a brand through one or more words together with an icon. However, even though they work together, the textual part of the graphic part is very well differentiated and not merged into one. (Díaz, 2008)

Based on this, the digital media logo is made up of the name of this «Women's Soccer» and underneath «Valencian Community» accompanied by a soccer ball with the flag of the Valencian Community that acts as an icon. Also, the icon is surrounded by a sphere that ends in a kind of smoke. The imagotype has been used for the head of the web.



5.2. Isotype

The isotype is the symbolic or iconic part of the graphic representation of a brand. That is, the 'drawing'. Refers to when we represent the brand through a symbol, icon. In this case, the isotype is made up of the icon that accompanies the text in the imagotype, but completing it with the initials of the communication medium «FEF CV».

This isotype is used in social networks so that the public can identify the cybermedia in a more visual way.

3.4.2. Typography

Regarding the typography, both the imagotype and the sections that appear in the horizontal menu of the digital medium, the Impact typeface has been used, since I think that its wide thickness makes it striking and it is also easily readable. On the other hand, for the headlines and the body of the news, the Proxima Nova typeface has been used, since it is quite suitable for reading and, being thin, does not make reading difficult.

Finally, the hyperlinks appear in purple, because it is the characteristic color of Soccer in feminine CV and therefore it is a sign of identity of the media.

3.4.2. Colour

The color that identifies at first sight to Soccer in feminine CV is purple or purple. Both the isotype and the imagotype and the cybermedia in general are bathed in this color so representative and associated with women.

It is the international color of the equal rights movement and the tone that American suffragettes adopted as uniform in the Washinhton march for the Equal Rights Amendment in 1978.

In this way, a medium that informs about women's football, defends the equality of rights between men and women and makes the feminine group visible in sport is an adequate standard-bearer for this color and all the meanings that surround it.



6. Interactivity

Soccer in women's CV is aware that in the digital age it is essential that the public feel a part of the medium and that they can express themselves regarding the content they consume.

For this, in the online media, a post for comments has been enabled in each journalistic piece, as well as a button to give like. Both tools are used so that the reader can show their point of view regarding what they are consuming.

Likewise, the cybermedia has a contact form in the footer of the web for the cybernaut who has any doubt or question about any matter that concerns the medium.

Social networks are also a very effective tool for maintaining feedback with followers. In relation to the target audience, which is young people between 15 and 30 years old, the digital media has considered that the best way to interact with this target is through Instagram, Twitter and Youtube. According to the Global Index Web infographic, Instagram (35.5%), Twitter and YouTube (both 30.5%) are the most used platforms among people whose age range is between 15 and 30 years.

7. Conclusions

The creation of a digital communication medium has brought me several positive aspects. On the one hand, I have learned to manage a cybermedia individually, since, although I have collaborated in two, I have never been the only and main architect. Through this role I have had to think and design the entire website, create the logos (isotype, imagotype), manage relationships with sources, meditate on the themes of the journalistic pieces and edit in depth.

Doing all of this without help has made me a more autonomous and independent person. Also, I have shown myself that I am capable of carrying out what I set out to do. In short, this project has made me leave my comfort zone, making me a better journalist and person.



On the other hand, the negative aspects have also appeared, as expected, in the elaboration of a work of such magnitude. Relationship with sources has been an expensive process in some cases, specifically with public figures or those of greater relevance. Getting an interview and even a simple statement from these types of people as a student is a complicated task. However, the rest of the sources have had a commendable attitude and their collaboration has been vital to get the report forward.

Another setback that has affected the digital media drastically has been the Covid-19. It has been an extraordinary and never lived situation that has prevented the development of the TFG projector completely and to the maximum, but it has also taught me to work in unfavorable conditions and that will surely be a great lesson for the future.

Anexos





URL (página web) Fútbol en femenino CV

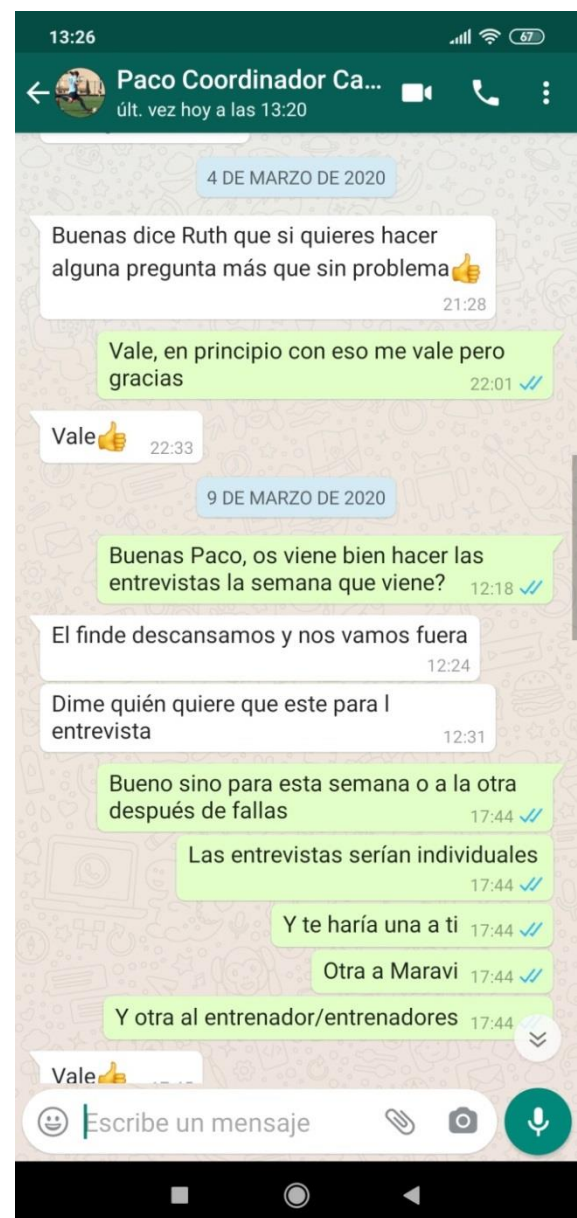
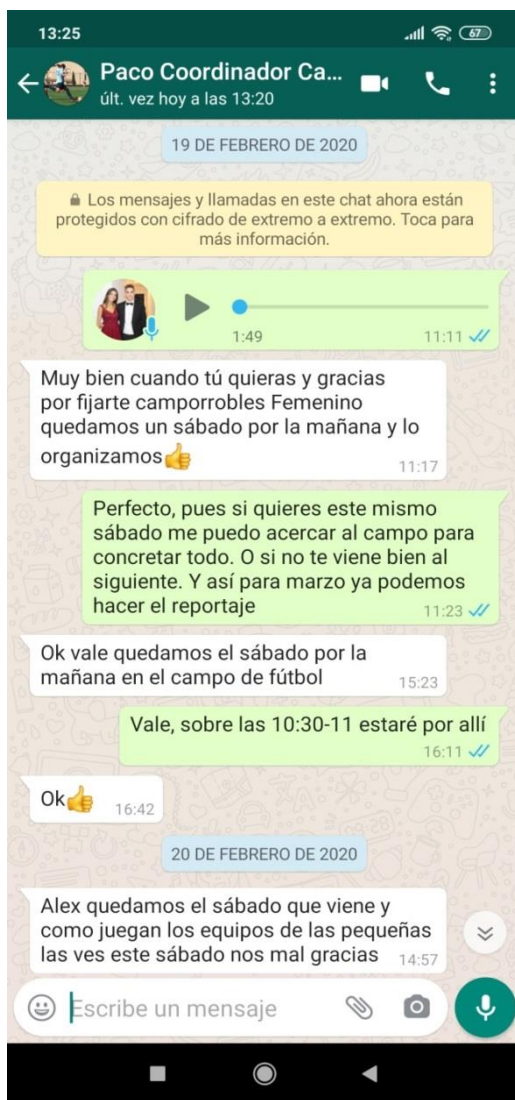
<https://futbolenfemeninocv.wixsite.com/mediodigital>

ANEXO 1 (Preproducción reportaje audiovisual y vídeo complementario)

Vídeo

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vQ2hMI-Tk5Q>

Primer contacto con las fuentes





13:25

**ruthgar5**

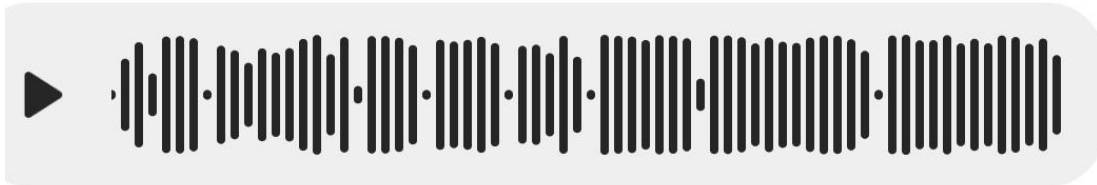
Activo(a) hace 2 h



Hola Ruth, mi nombre es Alex y estudio periodismo en la UJI. Mi TFG trata sobre el fútbol femenino en la Comunidad Valenciana, por lo que sería un honor poder hacerte una entrevista. Además, como soy de Requena y compartimos comarca me haría especial ilusión. La entrevista sería cuando tú tuvieras un hueco y podría ser grabadas con cámaras, por teléfono o por correo, como tú quisieras. Muchas gracias de antemano y un abrazo!!



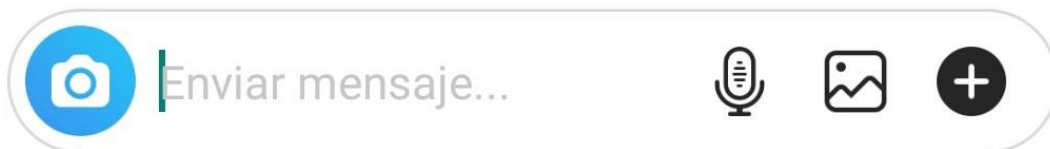
Hola Alex
Perdona que no te había leído
Claro
Sería por teléfono?



Vale genial
Pues ya me dirás

Perfecto, gracias de nuevo!!

Visto





Entrevistados y respectivos cuestionarios

❖ **Paco Medina, coordinador de fútbol femenino en el CD Camporrobles y entrenador del infantil-cadete femenino**

P: ¿Cómo surge el equipo femenino de Camporrobles en 1995?

P: ¿Qué impacto supuso en el pueblo que se creara la sección femenina del CD Camporrobles? Además, siendo pionera en la Comunitat Valenciana.

P: En 1997 el equipo consigue ascender a liga nacional, en esos momentos la categoría más alta del fútbol femenino español. ¿Qué supuso para el club no poder subir debido a las altas exigencias personales y económicas que se requerían?

P: El CD Camporrobles Femenino ha tenido que superar continuamente dificultades económicas y personales, ya que al estar situado en el interior de la provincia de Valencia los desplazamientos superan los 100 km cada fin de semana. ¿Cómo se ha conseguido todo esto?

P: El CD Camporrobles Femenino siempre se ha caracterizado por tener una de las canteras más potentes de la Comunitat Valenciana. ¿Cuál es la clave de este éxito?

P: Ruth García, Mariví Sanglada, Matilde Martínez o Arancha Soriano son algunas de las jugadoras procedentes del CD Camporrobles Femenino que han conseguido debutar en primera división. ¿Qué ha supuesto esto para el club?

P: A pesar de que al principio todas las jugadoras eran de Camporrobles, con el paso de los años el equipo ha servido como «asilo futbolístico» para las chicas/mujeres de todos los pueblos de la comarca que querían jugar al fútbol. ¿De qué manera se ha fraguado esta transformación?



P: En julio de 2019, el torneo internacional BLANCA CUP de Benidorm homenajeó al CD Camporrobles Femenino. ¿Cómo fue esa experiencia?

P: Actualmente el equipo milita en primera regional, categoría en la que ha estado casi toda su historia. Siendo un equipo tan humilde como el CD Camporrobles, ¿cómo se ha logrado sobrevivir más de 25 años a este nivel?

P: Llevas 25 años en el club, desde su fundación hasta hoy, incluyendo 18 años como entrenador del primer equipo. ¿Qué significa el CD Camporrobles Femenino para ti?

P: ¿Cómo definirías al CD Camporrobles Femenino?

❖ **Marivi Sanglada, jugadora del CD Camporrobles Femenino A**

P: ¿Cómo surge tu pasión por el fútbol?

P: En 1995 nace el CD Camporrobles Femenino y tú eres una de las fundadoras. ¿Cómo conseguisteis crear el equipo?

P: En 1997 fichas por el CF San Vicente Valencia (actual Levante UD Femenino). ¿Qué se siente al conseguir debutar en primera división e incluso ganar una Copa de la Reina procediendo de un pueblo de apenas 1400 habitantes?

P: ¿Por qué decidiste volver al CD Camporrobles Femenino tras tu paso en primera división con el CF San Vicente Valencia?

P: En tu segunda etapa en el CD Camporrobles Femenino te lesionas de gravedad en la rodilla y estás 10 años inactiva. En ese periodo decides formar parte del cuerpo técnico del equipo como segunda entrenadora



primero y posteriormente como principal técnica. ¿Qué recuerdo guardas de esa etapa?

P: ¿Cómo es estar jugando en el primer equipo del CD Camporrobles Femenino y que tu marido (entrenador) y tu hija (jugadora) estén en el equipo cadete del mismo club?

P: ¿Cómo lleváis personalmente recorrer tantos kilómetros cada fin de semana cuando jugáis fuera de casa?

P: ¿Cómo definirías al CD Camporrobles Femenino?

❖ **Ruth García, actual jugadora del Levante UD Femenino y ex jugadora de las categorías inferiores del CD Camporrobles Femenino**

P: ¿Cómo surge tu pasión por el fútbol?

P: ¿Qué recuerdas de tus inicios en el CD Camporrobles?

P: En Camporrobles te consideran la embajadora tanto del municipio como del club. ¿Supone esto una cierta responsabilidad?

P: El CD Camporrobles Femenino es el equipo más antiguo de la Comunitat Valenciana. ¿Cómo valoras que siga en activo a día de hoy e incluso creciendo cada vez más?

P: ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención de la evolución del club desde que tú jugabas hasta a día de hoy?

P: En 2017, la Generalitat Valenciana te concedió la Medalla al Mérito Deportivo. ¿Qué significó este premio para ti?



P: ¿Piensas que algún día podrás volver al CD Camporrobles Femenino?
Ya sea para retirarte como jugadora, como directiva etc

P: ¿Cómo definirías al CD Camporrobles Femenino?

❖ **Rodrigo García, entrenador del equipo benjamín-alevín femenino del CD Camporrobles**

P: ¿Cuál es la filosofía del CD Camporrobles Femenino?

P: ¿Qué valores intentáis inculcar a las niñas en el CD Camporrobles Femenino?

P: El CD Camporrobles Femenino siempre se ha caracterizado por tener una de las canteras más potentes de la Comunitat Valenciana. ¿Cuál es la clave de este éxito?

P: ¿Cómo definirías al CD Camporrobles Femenino?

P: Los equipos femeninos del CD Camporrobles están formados por una amalgama de chicas/mujeres procedentes de todos los pueblos de la comarca. Tú mismo eres de Las Cuevas. ¿Crees que esto puede favorecer a la unión de los pueblos y sus habitantes?

P: ¿Cómo valoras la evolución del CD Camporrobles Femenino en los últimos años?

Localizaciones e imágenes

- En primer lugar, se grabarían planos recurso del pueblo, filmando las calles, las plazas y los lugares emblemáticos del municipio valenciano. En definitiva, para comprender el mérito que tiene el CD Camporrobles



Femenino es fundamental que los espectadores conozcan de primera mano todo el entorno que rodea el club; sus aficionados, el pueblo y su tradición.

- En segundo lugar, el reportaje audiovisual estaría basado esencialmente en imágenes recogidas dentro de las instalaciones del CD Camporrobles. Se filmarían todos los rincones del complejo deportivo García Berlanga: terreno de juego, vestuarios, trasteros, bar etc.
- En base a esto, para hacer el documental atractivo es esencial grabar a las protagonistas de la pieza audiovisual practicando el deporte que aman. Por ello, se grabarían extractos de entrenamientos y partidos de todos los equipos del CD Camporrobles Femenino (charla técnica y contenido exclusivo del vestuario incluido) con declaraciones de las jugadoras y entrenadores.
- Asimismo, para reflejar el esfuerzo y sacrificio que han hecho y siguen haciendo todos los miembros que componen el CD Camporrobles Femenino (jugadoras, directivos, padres, entrenadores) se filmaría un partido fuera de casa, con planos del trayecto en el autobús (los equipos recorren más de 100 km), charla técnica en el vestuario, el partido y la vuelta a casa.
- Por último, para recordar la historia del club y narrar su evolución desde su nacimiento hasta la actualidad se recogerían imágenes de archivo del club y vídeos de antiguos partidos.

Documentación

- La principal fuente de documentación es un borrador de la historia completa del CD Camporrobles Femenino (1995-2020). En este documento, que me facilitó Paco Medina amablemente, se repasa toda la trayectoria del club, desde sus inicios hasta la actualidad. El borrador



es muy completo, ya que está formado por fotos que ilustran la información. Además, incluye un apartado con datos de cada equipo de la temporada vigente con los nombres de las jugadoras y su procedencia, la clasificación y la lista de máximas goleadoras.

- Otras fuentes de documentación serían dos reportajes escritos sobre el CD Camporrobles Femenino. El primero fue publicado en 2017 por el periódico *Levante* con el título «El orgullo decano de Camporrobles». El segundo fue publicado en 2018 por el medio digital *Golsmedia* con el título «El CD Camporrobles es la cuna del fútbol femenino valenciano».
- La FFCV también es una fuente de documentación bastante interesante, ya que se pueden encontrar datos y estadísticas del CD Camporrobles Femenino de casi cualquier temporada prácticamente
- Por último, para documentarme sobre el municipio visitar el archivo sería bastante fructífero para elaborar la pieza audiovisual.

Estructura del reportaje

En primer lugar, el reportaje audiovisual del CD Camporrobles Femenino comenzaría conociendo el pueblo, sus habitantes (que a su vez son los aficionados) y sus tradiciones. Una vez presentada la localidad, el protagonismo recaería sobre el club. Se iría contando la historia del club y su evolución desde su nacimiento hasta día de hoy, a través de las declaraciones de las fuentes (Paco Medina y Mariví Sanglada) y la voz en off, mientras que paralelamente se irían introduciendo imágenes y vídeos relacionados.

En segundo lugar, el reportaje se centraría en la cantera del CD Camporrobles Femenino y como el club ha formado a jugadores que se han acabado convirtiendo en futbolistas profesionales. Para ello, se contaría con el testimonio de Ruth García y Mariví Sanglada. Asimismo, Rodrigo García, entrenador del equipo benjamín-alevín del club y Paco Medina complementarían esta parte contando cómo funciona la cantera del CD




Camporrobles Femenino en la actualidad. Todo ello iría acompañado de fragmentos audiovisuales lógicamente.

En tercer lugar, la pieza audiovisual explicaría cuál es la situación del club actualmente, como se gestiona todo etc. Aquí participarían Paco Medina, Mariví Sanglada y Rodrigo García, debido a que los tres forman parte del club en estos momentos. En esta parte se introducirían vídeos de los entrenamientos y partidos esencialmente, así como la grabación del partido fuera de casa del primer equipo. Para finalizar el reportaje, a todos los protagonistas se les preguntó en la entrevista cómo definirían al CD Camporrobles Femenino, por lo que se haría una batería de totales con todas las fuentes respondiendo esta pregunta.

ANEXO 2



Alejandro Romero Caro 
mar 19 · 4 min.

Aixa Salvador: «Me adapto fácilmente a cualquier posición del campo»

Alejandro Romero. Castellón Considerada una de las jugadoras más prometedoras de la Comunitat Valenciana e incluso a nivel nacional, Aixà Salvador cumple est...

61 vistas [Escribir un comentario](#)

7 



futbolenfemeninocv

Entrevista a Aixa Salvador

"Me adapto fácilmente a cualquier posición del campo"

Repasamos la trayectoria y la actualidad de la jugadora del Villarreal C.F. Femenino y de la Selección Española Femenina de Fútbol.

Les gusta a juankisalcedo y 18 personas más

19 DE MARZO



Agrega un comentario... [Publicar](#)

Anexo 3



Fútbol en femenino


Comunitat Valenciana


[Inicio](#) [Actualidad](#) [A pie de campo](#) [Historias del fútbol modesto](#) [Opinión](#) [Quiz](#) [Galería](#) [Sobre mí](#)   



El fútbol femenino se queda en la fase 0

Alejandro Romero, Castellón El pasado 8 de abril, el director del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias, Fernando Simón, comunicó en su ...

8 vistas [Escribir un comentario](#) 



Sandra López: «Los y las deportistas de éxito pueden compartir cualidades psicológicas similares»

La capitana del UD Aldaia Femenino A ejerce también como psicóloga deportiva en el club Alejandro Romero, Castellón Sandra López Castillo (28 abril de 1991, ...

10 vistas [Escribir un comentario](#) 

Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



The screenshot shows the YouTube channel page for 'futbolenfemeninocv'. At the top left is the channel's logo, a stylized soccer ball with a ribbon. To its right is the channel name 'futbolenfemeninocv'. Further right is a red 'SUBSCRIU-ME' button. Below the channel name is a navigation menu with the following items: 'INICI' (highlighted), 'VÍDEOS', 'LLISTES DE REPRODUCCIÓ', 'CANALS', 'COMENTARIS', 'INFORMACIÓ', and a search icon. The main content area is titled 'Pujades' and features a video player. The video thumbnail shows two people: a man on the left and a woman on the right. Below the thumbnail, the video title is 'Entrevista María Gómez, jugadora del C.F. UD Guerreras Femenino Requena'. Below the title, it says '78 visualitzacions • Fa 1 mes'. At the bottom of the video player, there are two small video thumbnails: one of Alejandro Romero and one of María Gómez. The video player shows a progress bar and a timestamp of 11:12.



13:00 [Signal] [Wi-Fi] [69]

futbolenfemeninocv ▾ [Menu]

 **22** Publicacio... **77** Seguidores **64** Seguidos

Fútbol en femenino CV
Medio de comunicación/noticias
Medio especializado en fútbol femenino de la Comunitat Valenciana
futbolenfemeninocv.wixsite.com/mediodigital

[Editar perfil] [Promociones] [Estadísticas]

[+ Nuevo] [Destacada]

[Grid] [Calendar] [Profile]

4 Fútbol en femenino QUIZ

 **FC Barcelona campeón de la Primera Iberdrola**
Valencia CF evita el descenso
UD Aidaia CF y Joventud Almossora al play-off de ascenso a Liga Iberdrola

IBERDROLA TORNEO FEMENINO FIFA20 GAMHER
CON LAS JUGADORAS DE 
ACCIÓN BENÉFICA PARA LA LUCHA CONTRA EL COVID-19

femenino: un auge con luz 

[Home] [Search] [Post] [Heart] [Profile]



← **futbolenfemeninoCV**
31 Tweets



Fútbol en femenino

Comunitat Valenciana

[Editar perfil](#)

futbolenfemeninoCV
@futenfemeninoCV

Medio especializado en fútbol femenino de la Comunitat Valenciana

futbolenfemeninocv.wixsite.com/mediodigital  Se unió en febrero de 2020

76 Siguiendo 36 Seguidores

Tweets Tweets y respuestas Multimedia Me gusta

 **futbolenfemeninoCV** @futenfemeninoCV · 22 may. ▼

Buenas @santriju, estamos elaborando un reportaje sobre el proyecto Valenta y la evolución de la selección valenciana, por lo que sería un placer tener su testimonio. ¿Podrías seguirme para concretarlo por mensaje privado? Gracias!!

 1   1  

Anexo 7



2 Fútbol en femenino

Segundo quiz sobre fútbol femenino de la Comunitat Valenciana ¡Suerte!

QUIZ

[Comenzar](#)



¿De qué ciudad es procedente Sandra Paños, la portera valenciana de la selección española femenina?

Alicante

Valencia

Castellón

Alzira

Anexo 8

