

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN LA CARRERA DE PERIODISMO**

Usos de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

Nombre del estudiante:

Luis Carlos Gómez Murillo

Tutor:

Luis Esteban Díaz Casares

Sede:

Aranjuez, San José, Costa Rica

Enero, 2025

Tabla de contenido

| | |
|--|-----------|
| <i>Introducción</i> | 6 |
| <i>I. Capítulo I. Problema y su importancia</i> | 8 |
| <i>1.1 Pregunta de investigación</i> | 9 |
| <i>1.2 Objetivos de investigación</i> | 10 |
| 1.2.1 Objetivo general..... | 10 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 10 |
| <i>1.3 Hipótesis</i> | 10 |
| <i>1.4 Proyecciones</i> | 11 |
| <i>1.5. Justificación</i> | 11 |
| <i>1.6. Antecedentes históricos (contexto)</i> | 13 |
| <i>1.7 Antecedentes de investigación</i> | 16 |
| 1.7.1 Fuentes nacionales..... | 16 |
| 1.7.2 Fuentes internacionales | 17 |
| <i>Capítulo II. Marco referencial</i> | 20 |
| 2.1. Perfil profesional..... | 21 |
| 2.2 Filosofía institucional..... | 23 |
| 2.3 Cuerpos académicos | 24 |
| 2.4 Tecnología | 24 |
| 2.5 Tecnologías de comunicación e información..... | 24 |
| 2.6 Conocimientos | 25 |
| 2.7 Periodismo deportivo..... | 26 |
| 2.8 Televisión | 27 |
| 2.9 Periodista de televisión | 27 |
| 2.10 Periodismo deportivo televisivo | 27 |
| 2.11 Habilidades y capacidades | 27 |
| <i>Capítulo III. Metodología</i> | 28 |

| | |
|---|-----------|
| <i>3.1 Tipo de diseño</i> | 28 |
| <i>3.2 Tipo de muestreo</i> | 28 |
| <i>3.3 Tipo de investigación</i> | 28 |
| <i>3.4 Fuentes de información</i> | 29 |
| <i>3.5 Criterios de selección de la muestra</i> | 30 |
| <i>Tabla 2: Criterio de selección de los expertos</i> | 30 |
| <i>Tabla 3: Criterio de Selección de Noticias</i> | 31 |
| <i>3.6 Fase de recolección de datos</i> | 31 |
| <i>3.6.1 Instrumentos de investigación</i> | 31 |
| <i>Tabla 5: Cuadro de operacionalización</i> | 32 |
| <i>Capítulo IV Resultados</i> | 40 |
| <i>Figura 1: Porcentaje de personas en Costa Rica que utilizan redes sociales</i> | 41 |
| <i>Capítulo V Conclusiones y recomendaciones</i> | 71 |
| <i>5.1 Conclusiones</i> | 71 |
| <i>5.2 Recomendaciones</i> | 75 |
| <i>Referencias bibliográficas</i> | 84 |
| <i>Anexos</i> | 91 |

Lista de Tablas

| | |
|--|-----------|
| <i>Tabla 1: Posibles entrevistados.....</i> | <i>30</i> |
| <i>Tabla 2: Criterio de selección de los expertos.....</i> | <i>30</i> |
| <i>Tabla 3: Criterio de Selección de Noticias.....</i> | <i>31</i> |
| <i>Tabla 4: Corpus discursivo, listado de noticias para efectuar análisis.....</i> | <i>32</i> |
| <i>Tabla 5: Cuadro de operacionalización</i> | <i>32</i> |

Lista de Figuras

| | |
|--|-----------|
| <i>Figura 1: Porcentaje de personas en Costa Rica que utilizan redes sociales.....</i> | <i>41</i> |
| <i>Figura 2: Redes sociales más utilizadas para fines de entretenimiento en Costa Rica</i> | <i>42</i> |
| <i>Figura 3: Plataformas de las Tecnologías de la Información más utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística</i> | <i>52</i> |
| <i>Figura 4: Opiniones de los comunicadores sobre el apoyo o amenaza de las Tecnologías de la Información y comunicación en la profesión del periodismo.....</i> | <i>68</i> |
| <i>Figura 5: Capacitaciones que han recibido los periodistas deportivos sobre Tecnologías de la Información y Comunicación.....</i> | <i>72</i> |

Introducción

En los tiempos modernos, el uso de la tecnología está ligado a casi toda actividad laboral independientemente de la carrera o profesión de las personas, ya que, a través de la implementación de herramientas tecnológicas, la facilidad para la elaboración de trabajos es mayor.

Ante tal panorama, muchas instituciones instan a sus trabajadores y colaboradores a llevar a cabo capacitaciones y estudios para obtener un mayor conocimiento de las herramientas tecnológicas para la elaboración eficaz de actividades laborales. La evolución de la tecnología no solo está presente en máquinas que facilitan labores que una persona desarrolla en su día a día, sino que también se encuentra en secciones como la obtención de información y comunicación.

Las tecnologías de la comunicación e información, también conocidas como las TICS, son utilizadas para llevar a cabo una labor comunicativa más eficaz, las cuales a través de herramientas como el internet dispositivos que permiten la interacción con personas ya sea en el mismo sitio del trabajo, así como con ciudadanos que se encuentran desde en otra ciudad hasta en otro país; permiten una conexión casi inmediata de lo que ocurre en la vida de los diferentes ciudadanos, así como en el apartado de las noticias en diferentes ámbitos.

El perfil profesional de una persona es el almacenamiento de conocimientos que dicho usuario tiene para desarrollarse en un área laboral, donde la comunicación juega un rol importante. Un sector que utiliza diariamente las TICS corresponde al periodismo, por lo que se pretende analizar cuál es el conocimiento con el que contaron los periodistas deportivos en medios como Repretel, Teletica y Tigo Sports durante la segunda mitad del 2024 y, por lo tanto, el impacto que tuvo para ellos el uso de las tecnologías de la comunicación para la elaboración de materiales informativos y, por ende, un impacto positivo en sus respectivos perfiles profesionales

En el desarrollo del presente trabajo de investigación, se analizará un objetivo general, así como cuatro específicos que abarcarán aspectos como el uso de las nuevas tecnologías y el cómo se ven implicadas en los perfiles profesionales de los comunicadores deportivos que hayan laborado en los medios de comunicación previamente mencionados. Adicionalmente, se efectuó un capítulo de conceptos relacionados al trabajo planteado, como la definición de tecnología de comunicación, periodismo deportivo, periodista televisivo, entre otros.

También, se explicará el tipo de diseño seleccionado para el trabajo, que consiste en una investigación del tipo mixta, es decir, incluye datos cuantitativos como cualitativos.

Posteriormente, se explicará las herramientas de recopilación de información para la efectucción de la investigación, entre las que se encuentran el análisis documental y las entrevistas de profundidad, así como la muestra seleccionada, que corresponde a una del tipo no probabilística; para el desarrollo de consultas a comunicadores profesionales que laboraron durante el segundo semestre del 2024 en los medios Repretel, Teletica y Tigo Sports, con el fin de concretar un análisis para cada objetivo específico a través de los resultados que se consigan.

Finalmente, se concretarán una serie de conclusiones y recomendaciones que buscarán implementar un mayor valor al uso de las tecnologías de comunicación e información en las labores comunicativas de los periodistas en la actualidad.

La tecnología, si bien ha vareado conforme el pasar del tiempo, ha presentado una mayor conexión y uso por parte de las personas en diferentes lugares del mundo y esto se puede reflejar según lo indicado por Salas (2024) cerca del 90% de la población utiliza tecnologías digitales, entre ellas las redes sociales.

I. Capítulo I. Problema y su importancia

El periodismo es una profesión que pertenece a la rama de las ciencias de comunicación, la cual tiene como principal objetivo el desarrollo de notas con información recopilada por una persona, en este caso llamada “periodista”, que recopila datos y puntos de vista de diversos temas como la economía, deportes, política, u otras temáticas y le brinda a uno o varios receptores, información que sea de su interés o utilidad.

Las primeras formas de llevar a cabo el periodismo era a través de los diarios o periódicos, posteriormente se integraron nuevas herramientas que facilitaban la recepción de información para las personas que buscaban obtener datos de lo que acontecía en diferentes aristas, como fue el caso de la radio difusión, la incorporación de la televisión y más adelante la llegada del internet, las redes sociales y plataformas digitales; estas últimas categorizadas en el apartado de las tecnologías de comunicación e información.

Las tecnologías de comunicación e información, o por sus siglas TICS, corresponden a un conjunto de herramientas en las que se incluyen dispositivos electrónicos como servicios de conexión como el internet, que permiten el intercambio y procesamiento de datos de manera más inmediata ante el mundo.

En el día a día de la labor del periodismo deportivo, los comunicadores deben conocer el uso de estas tecnologías informativas para la recopilación de los sucesos más recientes dentro del apartado de la actividad deportiva, puesto que ciertas instituciones tanto costarricenses como internacionales informan de movimientos en planillas de clubes de fútbol o demás profesiones a través de sus propias páginas en internet, así como en canales de difusión de aplicaciones como WhatsApp o por medio de sus perfiles de redes sociales como Facebook, Instagram o YouTube.

Para los medios digitales, el uso de estas tecnologías es común, pero en el apartado de los comunicadores televisivos, el panorama es diferente, ya que deben adaptarse a los cambios en las herramientas para efectuar transmisiones de datos no solo para los usuarios que observan los programas en la televisión, sino al público con el que cuentan a través de las extensiones del medio como lo son las redes sociales o plataformas web.

Por un lado, las redes sociales y plataformas de *streaming* presentan una posibilidad mayor de obtención de seguidores, por parte del público más joven, y a través del desarrollo de materiales informativos que se puedan compartir por estas vías. Por otra parte, para los medios de comunicación conlleva a un reto, puesto que buscan formatos originales para la respectiva transmisión de dichos materiales, por lo que las decisiones y conocimientos que tienen los periodistas sobre las tecnologías de comunicación e información juegan un papel fundamental en la actualidad.

El objetivo del desarrollo de la investigación consiste en analizar la incorporación de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos que hayan laborado en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 y analizar su respectivo impacto en los perfiles profesionales de dichos comunicadores, por medio del análisis de documentos y entrevistas a periodistas que laboraron en los medios planteados.

En este capítulo, se indica los objetivos de la investigación, así como la pregunta e hipótesis sobre el posible impacto de la incorporación de las tecnologías de comunicación e información en los perfiles de los comunicadores deportivos en los medios televisivos.

Adicionalmente, se justifica la importancia del desarrollo de un trabajo investigativo sobre las tecnologías de comunicación e información, tanto en el ámbito laboral, como en instituciones que ofrecen la carrera de periodismo, para evidenciar el impacto de incorporar estas tecnologías a nivel social, así como el significado a nivel personal para el investigador que desarrolla el trabajo.

1.1 Pregunta de investigación

¿Cuál fue el impacto del uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional de los periodistas deportivos en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024?

1.2 Objetivos de investigación

1.2.1 Objetivo general

- Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

- Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

- Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

- Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

1.3 Hipótesis

Una hipótesis, según lo indicado por los autores Baptista et al. (2014) pueden comprenderse como aquello que los investigadores buscan probar por medio de su respectivo estudio, es decir, son explicaciones en primera instancia de un fenómeno de investigación.

Baptista et al. (2014) indicaron lo siguiente respecto a las hipótesis:

“Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado”. (2014, p. 104)

- El uso y capacitación sobre las nuevas tecnologías afecta los perfiles profesionales de los periodistas deportivos televisivos en Repretel, Teletica, Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

1.4 Proyecciones

Entre las proyecciones que esta tesina pretende establecer, se encuentra analizar el uso que se le dio a las tecnologías de información y comunicación por parte de los periodistas deportivos en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024, con el fin de establecer al lector una idea amplia de los conceptos de las TICS y cuántos comunicadores dieron uso de ellas para desarrollar diferentes trabajos periodísticos.

Además, mediante la incorporación de las herramientas de recolección de datos como las entrevistas a profundidad, se pretende que los periodistas deportivos expresen sus ideales sobre añadir el uso de las tecnologías de la comunicación e información, así como su opinión sobre si conllevan a apartados positivos o negativos de su incorporación para el desarrollo de sus respectivas actividades laborales.

Asimismo, se pretende conceptualizar, de una manera sencilla, la definición de las herramientas de comunicación e información a los lectores y los pros y contras que conllevan su utilización en la rama del periodismo deportivo en el apartado de la televisión.

Adicional, se indicarán las competencias deportivas que abarcaron el segundo semestre del año 2024 y con ello, el uso que le dieron los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports para la elaboración de material comunicativo de las actividades en torno a la rama deportiva, entre ellas la Copa América, el torneo de apertura de fútbol 2024, los Juegos Olímpicos París 2024 y el torneo de fútbol de la primera división de Costa Rica.

Finalmente, se buscará impulsar tanto a los medios de comunicación, como a instituciones educativas, cuya explicación se encuentra en el apartado de compartir información, para incorporar el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información tanto para capacitaciones, así como para su utilización en el campo laboral, independientemente de la rama del periodismo en la que los profesionales pretenden desarrollarse.

1.5. Justificación

El perfil profesional de una persona es un apartado de gran relevancia para cada ciudadano, independientemente de su profesión, ya que, por medio de este, podrá presentar sus habilidades y

conocimientos a la sociedad, con el fin de reflejar lo que puede llevar a cabo en un posible puesto de trabajo en una institución.

El propósito del presente trabajo es analizar el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, también denominadas TICS y su implicación en el perfil profesional de los periodistas deportivos televisivos en Costa Rica en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

El desarrollo de la presente tesina se justifica en cuatro apartados, los cuales radican en su importancia a nivel social, la sección académica, su impacto en la Universidad Internacional de las Américas y, por último, la relevancia a nivel personal del estudiantado por efectuar un trabajo de investigación sobre esta temática.

Respecto al nivel social, una investigación sobre el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional de un periodista puede impulsar a las personas lectoras del trabajo, a interesarse sobre las novedades en las secciones de tecnología, con el objetivo de incentivar a sujetos externos a este tema, a reflejar una mayor conexión por los apartados tecnológicos y mejorar su hoja de vida al poner en práctica esos conocimientos.

Continuando en la línea de la incentivación por el aprendizaje sobre las tecnologías en el perfil profesional del periodismo deportivo, la importancia a nivel académico recae en la motivación dentro de la profesión por efectuar capacitaciones ya sea dentro de los centros de estudio de la carrera de periodismo, así como en los medios de comunicación, para que tanto los periodistas actuales como las futuras generaciones de comunicadores tanto en el área deportiva, así como en otras, desarrollen un trabajo periodístico de una calidad sobresaliente dirigido al público externo, es decir, el televidente que consume los noticieros día a día, utiliza a su favor las herramientas de la información y comunicación.

Se mencionó que, a nivel académico, el uso de la tecnología para concretar un perfil profesional más llamativo podría tener su implicación en las universidades que brindan la carrera de periodismo tanto a nivel de bachillerato como en licenciatura. En esta sección sobresale la importancia de la investigación a nivel institucional, es decir, en la Universidad Internacional de las Américas, ya que un trabajo efectuado de manera acertada de investigación sobre el uso de la tecnología y su impacto en los perfiles profesionales de los periodistas deportivos en la televisión

puede fomentar a estudiantes que llevarán su taller de graduación a seleccionar un tema similar o en la misma línea que este. El principio del periodismo gira en torno a la constante recopilación de información para las personas que escuchan, leen y observan noticias a través de los diferentes formatos. Por tanto, encontrar nuevas estrategias para desarrollar la comunicación, por parte del profesorado de las instituciones que ofrecen la enseñanza de esta profesión, tiene un papel fundamental, tanto en áreas como economía o política, así como en los deportes, ya que según lo mencionado por Rojas (2014) los comunicadores deportivos se adaptan ante la llegada de nuevas estrategias para exponer datos informativos ante otros usuarios.

A nivel personal, el estudiante que desarrolla este proyecto considera que un periodista que no se capacita de forma constante, sin importar el área de la profesión en la que se desempeñe, se encuentra en desventaja frente a otros comunicadores. Esto se debe a que uno de los aspectos fundamentales de la carrera es la investigación diaria sobre la actualidad mundial. Dicha contextualización respecto a un mayor uso y conocimiento de las tecnologías de comunicación e información y el impacto que ha presentado en diversos sitios del mundo, se ve planteada en lo indicado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2021) donde se menciona que en el período entre 2017 y 2020, los países de Europa han presentado una evolución en el acceso y uso de las TIC y además el 97 % de la población de dicho continente cuenta con la posibilidad de utilizar redes de banda ancha y un 82 % de las personas que viven en países como Alemania, España o Inglaterra, utilizan internet.

Adicionalmente, según lo indicado por el Instituto Nacional de Estadística de España (2024) el 87,3 % de ciudadanos, entre 16 y 74 años, utilizaron las tecnologías de comunicación e información para informarse de lo que ocurre en dicho país. Impulsar un mayor interés por las nuevas estrategias que utilizan los periodistas a nivel de televisión en la sección deportiva tiene un significado importante para el autor, para incentivar un ideal sobresaliente en la carrera del periodismo, es decir, el conocimiento y aprendizaje constante es la clave para el éxito.

1.6. Antecedentes históricos (contexto)

Los medios de comunicación costarricenses se dividen en digitales, escritos, radiofónicos y televisivos. En este último apartado es donde entrará la unidad de análisis para la obtención de información con la que se planea concretar aspectos fundamentales del tema planteado, en este

caso el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en Costa Rica en televisión durante el segundo semestre de 2024.

Se investiga acerca de los periodistas deportivos que laboran en televisión, su capacitación ante las nuevas tecnologías y su respectivo impacto en el perfil profesional de dichos comunicadores, los cuales corresponderán a los pertenecientes a los medios Repretel, Teletica y Tigo Sports.

En el caso de Repretel, según lo indicado en su página web (2024), corresponde a un medio de comunicación que tuvo su fundación el 30 de septiembre de 1994, y que tuvo el inicio de sus transmisiones a través del canal de televisión 9; sin embargo, en la actualidad dicho canal ya no tiene ningún tipo de ligamen con la empresa tras la culminación del contrato por alquiler.

Repretel, según lo escrito en su plataforma en internet (2024), adquirió canal 6, el cual fue fundado en 1965, a partir de 1995, canal 11 en 1996 y el canal 4 en el 2000. Posteriormente, el medio presentó Radio Disney en el 2005, que corresponde a una emisora de música y en 2006 obtuvieron las emisoras de Monumental, donde luego fundaron la agrupación conocida como central de radios, que está conformada por 10 emisoras, las cuales son Radio Monumental, Best FM, Exa FM, La Mejor FM, Momentos Reloj, Radio Disney, Radio Managua, Cristal 980 AM, Radio Pacífico y Zeta FM. Asimismo, el grupo Repretel (2024) también cuenta con su propio medio digital que presenta las notas que se comparten en los noticieros de canal 6, así como la programación de canal 11 como es el caso de la emisión del programa Informe 11, así como complejos de cine con el nombre de Nova Cinemas. Las oficinas del medio de comunicación se encuentran ubicadas la Uruca, San José.

En el apartado de periodistas deportivos que laboran para grupo Repretel, se encuentran comunicadores como Alexander Gaitán, Pablo Guzmán, Mariela Jiménez, Daniel Martínez, Óscar Segura y Carlos Serrano Solórzano.

Respecto al segundo medio de comunicación donde se pretende utilizar como parte de la unidad de análisis a sus periodistas deportivos que aparecen tanto en los noticieros televisivos como en diversas transmisiones deportivas, se encuentra Teletica o Televisora de Costa Rica, empresa que, según lo indicado en su página web (2020), efectuó la primera transmisión a nivel de televisión abierta el 9 de mayo de 1960, mismo año en el que se creó el noticiero “La Palabra de Costa Rica” que posteriormente cambió al nombre de Telenoticias.

Este medio, según lo mencionado a través de su plataforma digital (2020) instaló su primera unidad mobiliaria en 1963 con la que se transmitió el torneo de fútbol y actividades taurinas, mientras que en 1975 se presentó un cambio significativo para la compañía, ya que fundó su nuevo edificio de operaciones, el cual se ubica en el sector de la Sabana en la provincia de San José. Televisora de Costa Rica, además, incorporó las transmisiones a color en 1982.

Teletica, según lo escrito por Orjuela (2022), se incorporó en el apartado radiofónico el 24 de abril de 2017, a través de la frecuencia 91.5 FM, además, Televisora de Costa Rica cuenta con el canal de televisión TD Más, en el cual se transmite programación deportiva como la Liga de Ascenso, el torneo de apertura y clausura de la Unión Femenina de Fútbol (UNNIFUT) así como programas de entretenimiento como Contragolpe, Gradería Popular, la Platea, Geek Orama, entre otros.

TD Más cuenta con una aplicación de suscripción de pago, en la que, si los usuarios adquieren la suscripción, tendrán acceso a los programas deportivos en vivo como el torneo de fútbol de la primera división, el torneo de fútbol femenino de la primera división, así como los programas de entretenimiento anteriormente mencionados y la posibilidad de observar la transmisión en vivo no solo de Telenoticias, sino de medios como Repretel o Canal 1.

En la sección de periodistas deportivos que trabajan representando a Televisora de Costa Rica están Melissa Alvarado, Fabián Borbón, Felipe Castro, Gabriela Jiménez, Jorge Martínez, Christian Sandoval, Pablo Segura y Daniel Quirós Cubero. Todos estos comunicadores llevan a cabo labores en dicho medio como la locución de notas, presentación de la sección deportiva durante los noticieros, así como su participación en programas deportivos.

Finalmente, Tigo Sports, según lo indicado por Castro (2019) es propiedad de Millicom International Cellular y corresponde a un servicio de televisión que se distribuye en diferentes países de Latinoamérica, entre ellos Costa Rica. Tigo Sports es un canal de televisión que tuvo el inicio de sus operaciones en 2018, sin embargo, durante su origen, era un canal exclusivo para los clientes que contaran con el servicio de cable de Tigo. Posteriormente, el canal llegaría a diferentes servicios de cable, tal y como mencionó Castro (2020), Tigo Sports fue incorporado a las cableras Cable Cartago, Coopealfaroruiz, Super Cable, Telecable, entre otros.

En 2024, Tigo Sports se introdujo en el apartado de la radio, mediante la frecuencia 92.3 FM, además, el medio comparte sus transmisiones tanto en el canal de televisión como en sus redes sociales (Facebook y YouTube).

Respecto a las transmisiones deportivas con las que cuentan Tigo Sports, están presentes los encuentros del torneo de UNAFUT de los equipos Asociación Deportiva San Carlos, Asociación Deportiva Santos, Sporting F.C y Puntarenas FC, la Liga Superior de Baloncesto (LSB) tanto del torneo masculino como el femenino y las transmisiones del equipo femenino de Sporting F.C en el torneo de la primera división de la Unión Femenina de Fútbol.

También, cuentan con una programación diversa, en la que se encuentran entrevistas de semblanza efectuadas a diferentes deportistas costarricenses, llevadas a cabo por los periodistas José Alberto Montenegro y Gustavo López Cárcamo, así como análisis de las diferentes jornadas del torneo de fútbol de la UNAFUT y de información deportiva a nivel internacional.

Entre los periodistas deportivos que pertenecen a Tigo Sports se encuentran Andrés Chaves, Irene Chinchilla, Gustavo López Cárcamo, Kristian Mora, José Alberto Montenegro, los cuales aparecen en los diferentes formatos de programas deportivos de dicho medio de comunicación.

Además, en el caso de las transmisiones de los partidos de fútbol de la primera división, así como en eventos deportivos como los Juegos Olímpicos, Mundiales de Fútbol, Liga Superior de Baloncesto o competiciones relacionadas al deportes, son locutadas y comentadas por varios de los periodistas previamente mencionados.

1.7 Antecedentes de investigación

1.7.1 Fuentes nacionales

En 2016, en la Universidad de Costa Rica se desarrolló una tesina para optar por el grado de licenciatura en la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva en Periodismo, titulada “Perfil sociodemográfico, académico y profesional de los periodistas que laboran en periódicos impresos de circulación diaria y su opinión sobre el ejercicio del periodismo deportivo en Costa Rica, 2015” y en dicho trabajo se efectuó una serie de entrevistas dirigidas a 28 periodistas deportivos vía telefónica, donde el autor, el cual es Juan Pablo Rodríguez Campos profundizó en la formación académica y su respectiva experiencia laboral y perfil profesional, además, se menciona si se

presentan más hombres o mujeres periodistas en el apartado deportivo, así como una estimación del salario y las capacitaciones que efectuaron para mejorar sus aprendizajes sobre los diferentes deportes.

Siguiendo en la línea de información compartida por la Universidad de Costa Rica, la Escuela de Administración de Negocios de dicha institución, reveló que, en 2023, solo el 42 % de las personas que viven en el GAM se ven atraídas por el torneo de fútbol de Costa Rica, deporte más popular a nivel mundial, por lo que se pretende incluir entre las consultas a realizar, los retos que tienen los periodistas deportivos para mantener una línea de interés por parte de los televidentes con el fin de que consuman los contenidos deportivos, ya sea específicamente del fútbol u otras disciplinas, al incorporar el uso de las nuevas tecnologías para la facilitación de los datos informativos en torno a los deportes.

En 2001 se efectuó un artículo titulado “Guía de Orientación para Diseño de una Propuesta Curricular para la Formación Profesional del Periodista Deportivo en Costa Rica” redactada por Guadalupe Delgado Socatelli, en el cual se indica que la sección deportiva en los medios de comunicación generan una cantidad de ingresos considerables en los mismos, pero que en ocasiones el personal que brinda la información de los deportes no cuenta con la capacitación profesional necesaria.

1.7.2 Fuentes internacionales

A nivel de investigaciones desarrolladas internacionalmente, se desarrolló un artículo que se publicó en la revista “Correspondencias y Análisis” de José Luis Rojas Torrijos, en la Universidad de Sevilla en el año 2014. En dicho artículo se comenta la forma en la que los profesionales en el apartado de la comunicación deportiva se adaptan ante la presentación de nuevas estrategias para compartir información.

En la Universidad de Valladolid, Sergio Horas Archiles, estudiante de periodismo que optaba por el grado de bachillerato, desarrolló en el 2016 un trabajo de graduación titulado “Periodismo Deportivo: evolución del ciberperiodismo deportivo y estudio de las convergencias en Marca y Mundo Deportivo” en el cual se explica cómo estos medios de comunicación españoles se adentraron a la formación de cibermedios o plataformas web y la respectiva evolución de los

medios escritos, radiofónicos y televisivos en España y, por lo tanto, la incorporación de la tecnología de distintos años al periodismo.

En el 2005, Germán Arango Forero en Colombia escribió un artículo científico, el cual tiene de título “Siglo XXI: Hacia una nueva deontología del periodismo deportivo” en el que enfatizó en que el periodista deportivo no solo debe cumplir con el rol de comunicador o informador en la profesión, sino que se ve en la necesidad de llevar a cabo tareas enfocadas en la educación, orientación de los datos informativos y concretar ejercicios de la medición de la parte comercial en las transmisiones deportivas.

Si bien no tiene relación con la incorporación de la tecnología en la labor del periodismo deportivo, y, por lo tanto, su impacto en su respectivo perfil profesional, el artículo aterriza en la importancia que tiene el comunicador sobre deportes en la responsabilidad para evitar la promoción de actitudes de violencia en los escenarios donde se estén efectuando actividades deportivas, por lo que con base a la información compartida por Forero (2005) se puede tomar la base del cambio del periodista deportivo conforme se han presentado escenarios evolutivos e incorporar la sección de la integración de la tecnología por parte de los periodistas televisivos en Costa Rica.

Otra referencia a nivel internacional es la desarrollada por Lukas Dzimidas en la Universidad de Valladolid en el 2022, la cual tiene de nombre “La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo”. En dicho trabajo de investigación, el autor indagó en varios apartados, entre ellos la evolución del periodismo deportivo con la incorporación de nuevas herramientas como la radio, televisión y posteriormente el internet, las diferentes terminologías para el perfil profesional del periodista, los perfiles que tienen los comunicadores en los medios audiovisuales o televisivos, entre ellos presentador, editor, redactor, director de programas deportivos y director del apartado de información dentro del medio; y finalmente, los perfiles periodísticos más novedosos y la importancia para el comunicador de convertirse en un ser recopilatorio de aprendizajes innovadores para la profesión.

Finalmente, en 2015 se escribió un artículo para la revista “Opción” en la Universidad de Zulia, Venezuela. La autora del trabajo fue Sandra Méndez Muros y el título que llevó el artículo fue “El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo” en el que se efectuó una serie de encuestas a personas que se encontraban estudiando la materia de periodismo deportivo en la

Universidad de Sevilla en España, para llevar a cabo un análisis de los aspectos positivos y detalles en los que se presenta debilidad sobre la formación tecnológica que recibieron dichos estudiantes al momento de efectuar sus responsabilidades universitarias.

En el trabajo de Méndez (2015) llama especialmente la atención los porcentajes de contenidos que consumieron los estudiantes respecto a la temática deportiva, en el que un 47 % de los encuestados argumentaron que consumieron información referente a la actividad deportiva en el mundo, además, sobresale el uso de las redes sociales para el seguimiento de los deportistas y sus participaciones en torneos o competencias con base a su rama deportiva a través de Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y WhatsApp.

Además, en la investigación de Méndez (2015), los participantes son los estudiantes de la asignatura de periodismo deportivo en la Universidad de Sevilla en España. Como resultado, el porcentaje sobre el uso de la tecnología para la comunicación fue totalmente positiva, en diferentes niveles, pero con la peculiaridad sobre que los estudiantados no argumentaron opiniones negativas sobre el uso de recursos tecnológicos en el periodismo deportivo.

Con lo mencionado, los antecedentes de investigación tienen una conexión directa con la investigación planteada, al compartir los conceptos de perfil profesional y nuevas tecnologías, así como las etapas evolutivas del periodismo deportivo con la incorporación de estrategias comunicativas novedosas y el cómo pueden repercutir en sus labores profesionales.

Capítulo II. Marco referencial

En el marco referencial se explican e indican las definiciones claves para la elaboración del trabajo de investigación, las cuales son fundamentadas por lo indicado por diversos autores y sus respectivas ideas. Este apartado tiene como principal objetivo brindarle un entendimiento más sencillo sobre los conceptos que se abordarán a lo largo del estudio.

El marco referencial o marco teórico, según lo escrito por Baptista et al. (2014) consiste en efectuar una recopilación de información de manera ordenada con base en el tema de investigación planteado, mientras se llevan a cabo una conexión entre párrafos y se desarrolla al mismo tiempo la citación apropiada de acuerdo con el tipo de trabajo, la cual puede variar entre APA, Harvard o Vancouver. Adicionalmente, el marco referencial concretado de la forma más eficiente posible no corresponde a aquel que presenta un gran número de contenido, sino que desarrolla a profundidad los temas con mayor conexión planteados sobre el objeto de estudio, con trabajos previos ligados a la investigación propuesta.

Baptista et al. (2014) mencionaron lo siguiente respecto al marco referencial o marco teórico: “Construir el marco teórico no significa sólo reunir información, sino también ligarla e interpretarla”. (Baptista et al., 2014, p. 82)

El marco referencial no solo cumple con el objetivo de explicar las definiciones básicas para el desarrollo del trabajo de investigación, sino que según Baptista et al. (2014) brinda herramientas tanto previa como posterior a la obtención de la información. Antes de la recolección de datos, el marco referencial brinda una perspectiva sobre las estrategias que se han utilizado previamente para el problema de estudio, tales como identificar las secciones del tema que necesitan de una mayor observación, tener un panorama para el investigador sobre las herramientas de la recopilación de la información más efectivos y, por lo tanto, aplicarlas para la resolución de la investigación, mientras que en la sección posterior a la recopilación de datos. El marco referencial permite que los investigadores ejecuten una comparativa sobre los conocimientos previos y los resultados obtenidos, con el fin de efectuar teorías o hipótesis y llevar a cabo respuestas a los objetivos de estudio con base a los datos conseguidos.

Con base en la definición sobre el marco referencial, se mencionan a continuación los conceptos claves que sustentan a la investigación, en el apartado de la definición de perfil

profesional, tecnología, tecnologías de comunicación e información, periodismo deportivo, televisión, periodismo televisivo, periodismo deportivo televisivo y habilidades y capacidades.

2.1. Perfil profesional

El trabajo de investigación gira en torno a las tecnologías y su respectiva implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024, por lo que ofrecer el concepto sobre el perfil profesional puede brindar una perspectiva sobre cómo los periodistas buscan ampliar su valor en el mercado de la comunicación.

El perfil profesional puede entenderse como la hoja de vida para los trabajadores en sus respectivas áreas laborales, según su respectiva profesión en las diferentes carreras que ofrecen los centros de estudios universitarios.

Respecto al perfil profesional de un periodista, según lo redactado por Palomo y Palau (2016, p. 188) los medios comunicativos pasan por un cambio significativo en el que dicha formación profesional de los periodistas debe presentar proactividad y flexibilidad.

Palomo y Palau (2016) enfatizan en que parte de ese cambio que se genera en los medios de comunicación requiere de diversos puntos importantes, entre ellos una adaptación a la tecnología de forma persistente. En Costa Rica, hay diversos comunicadores que día a día buscan esforzarse con nuevas estrategias para compartir información deportiva, por lo que el perfil profesional y su ampliación juegan un rol importante para los y las periodistas en Costa Rica en la actualidad.

Un concepto más específico para el perfil profesional, según lo escrito por González y Krisanda (2008, p. 3) corresponde a las labores o tareas que desempeña una persona que concluyó sus estudios universitarios, y, por lo tanto, se adentra al mercado laboral de su respectiva carrera, pero, que no solo incluye la formación académica del individuo, sino las diferencias entre las áreas de desenvolvimiento de la profesión a la que se dedicará.

La trayectoria profesional, según lo escrito por González y Krisanda (2008) almacena una variedad de estrategias que las personas que son estudiantes deben integrar en su día a día con el fin de obtener ofertas laborales dentro con base en las áreas profesionales de la carrera a la

que se dedicarán, además de impulsar aspectos conectados a los comportamientos, habilidades blandas y valores que presente cada profesional.

La figura en el mercado, según lo escrito por Rodríguez (2016, p. 56), puede entenderse como una serie de características que identifican o hacen único a un objeto o persona. Tomando en cuenta esta definición, se puede comprender al perfil como el conjunto de elementos que permiten que una persona sea única o sobresaliente ante los demás, lo cual no solo puede aplicarse a nivel de su vida social o académica, sino en el apartado laboral.

En las labores profesionales, según lo indicado por Rodríguez (2016) las características que más sobresalen, o en el caso del periodista deportivo, corresponden a su experiencia laboral, es decir, el tiempo que lleva ejerciendo la profesión, los sitios en los que ha laborado, las áreas en las que presenta un mayor conocimiento, la formación académica y sus posteriores capacitaciones en diferentes secciones, las labores y funciones que lleva a cabo en su respectivo trabajo, el puesto que presenta dentro de la institución a la que representa, y otros aspectos como el horario de trabajo y el sitio en el que trabaja.

Otra concepción que se tiene respecto al perfil profesional es la compartida por Corvalán y Hawes (2005, p12) la cual indica que se trata de una agrupación de capacidades y características que brindan a las personas el reconocimiento por parte de los ciudadanos como un profesional en su área de estudio, con lo que tiene el permiso para ejercer labores para las que se encuentra capacitado para su respectiva resolución.

La experiencia laboral de una persona que adquirió sus respectivos conocimientos en una profesión, además, según lo indicado por Corvalán y Hawes (2005) puede dividirse en dos secciones, las cuales son el perfil profesional básico, que corresponde a una persona estudiante que culminó sus aprendizajes en un centro de estudios, y, por lo tanto, obtuvo su título o grado que lo identifican como profesional, mientras que la otra sección es denominada perfil profesional experto, cuando una persona ha ejercido su profesión durante una cantidad de años considerables.

El desarrollo profesional en una carrera, en primera instancia, constituye al apartado que tiene mayor importancia para una persona graduada independientemente de su profesión, ya

que en este se adjunta no solo el conocimiento que obtuvo en las aulas previamente, sino el historial de pasantías o trabajos previos.

Los perfiles tienen una conexión directa con la formación continua en las diferentes carreras a lo largo del mundo. La formación profesional, según lo mencionado por Farrerons y Olmedo (2014, p1) corresponde a un punto muy relevante para la mejora del perfil profesional de un trabajador, ante la implementación de nuevas tecnologías y habilidades y cualidades novedosas, ya que, ante entornos de cambios constantes, la mejora en este apartado puede permitir que los trabajadores sobresalgan ante nuevas maneras de efectuar tareas.

El interés profesional de una persona en el mercado laboral, según lo mencionado por Farrerons y Olmedo (2014) puede verse elevado con la incorporación de herramientas que recopilen puntos fundamentales para el mejoramiento del mismo, tal y como se trata de un modelo inglés que está construido por los segmentos unidades de competencia, criterios de ejecución, la competencia y finalmente la realización profesional, punto que corresponde a las acciones que una persona que trabaja en una profesión específica debe ser capaz de efectuar y concretar con éxito.

El concepto anterior, además, según lo escrito por Hawes (2001), está formado principalmente por varias fuentes que establecen a un trabajador ante la sociedad, siendo las principales las demandas sociales, la filosofía institucional, las agrupaciones profesionales y los cuerpos académicos.

2.2 Filosofía institucional

La filosofía institucional cuenta con un rol importante, ya que a través de esta se explica cuál es la perspectiva que tienen las instituciones sobre el desempeño que busca en los futuros profesionales que culminaron una carrera.

En el caso de la filosofía institucional, según lo redactado por Hawes (2001) consiste en la visión que tiene el centro de estudios respecto a la labor o rol que tendrá el estudiante ante la sociedad al terminar sus aprendizajes en la universidad. Las agrupaciones profesionales son también conocidas como los colegios profesionales, que tienen como labor la regulación de garantía de calidad que ofrecen los trabajadores pertenecientes a cada agrupación. A nivel de Costa Rica, algunos de estos colegios son el Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica y

el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica.

2.3 Cuerpos académicos

Los cuerpos académicos brindan a los profesionales una perspectiva sobre en qué forma se encuentran distribuidas las labores dentro de una empresa o institución, por lo que, para un comunicador, este concepto tiene una importancia considerable.

Los cuerpos académicos, según lo explicado por Hawes (2001), son los grupos de trabajo que se encuentran en las instituciones, mientras que la demanda social corresponde a la presión que tiene un profesional para adentrarse a una mejor formación de sus aprendizajes.

2.4 Tecnología

El objetivo de la presente investigación corresponde a “analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024”, por lo que indicar y explicar el concepto de tecnología es clave.

La tecnología, según lo indicado en la definición de la Real Academia Española (s.f.), se puede comprender como una recolección de estrategias o técnicas que le permiten a las personas aprovechar dichas teorías y ponerlas en práctica para una mejora en el conocimiento de las ciencias.

Adicionalmente, la tecnología, según lo indicado por Esparza y Rubio (2016) corresponde a un grupo de herramientas, máquinas, sistemas y estrategias, las cuales pueden implementarse en diferentes ámbitos que buscan llevar a cabo una transformación.

2.5 Tecnologías de comunicación e información

En el apartado de las nuevas tecnologías implementadas en la comunicación, según lo redactado por Martínez (2008) permiten organizar una función comunicativa que brinda un mejor control al momento de compartir información o mensajes y su respectivo tiempo de entrega.

Algunas de las herramientas tecnológicas incorporadas en las diferentes labores comunicativas, según lo indicado por Martínez (2008) corresponden al internet, así como el

correo electrónico, los cuales en la actualidad se utilizan como canales para una correcta comunicación a lo largo del mundo.

Respecto a Costa Rica, según lo indicado en la plataforma digital del Instituto Nacional de Estadística y Censos, es decir, el INEC (2025) cerca de un 86 % de los ciudadanos en sus respectivos hogares, incorporan el servicio de internet. En el caso de la división entre territorio urbano y territorio rural, cerca del 87 % de la población que vive en el apartado urbano tienen acceso a la herramienta de comunicación e información denominada Internet, mientras que, en viviendas rurales, cerca del 79 % de las personas que residen en dichas zonas, tienen acceso a dicha herramienta tecnológica.

Las tecnologías de comunicación e información, según lo redactado por Cobo (2009) se pueden comprender como las herramientas innovadoras que le brindan a los usuarios que las utilizan, un procesamiento y almacenamiento de datos informativos más eficaz, así como una distribución más rápida y certera a través de redes destinadas a la comunicación.

Las tecnologías de comunicación e información le otorgan a los usuarios una serie de aspectos positivos o ventajas, como la posibilidad de efectuar un intercambio de datos a través de herramientas tecnológicas modernas, como es el caso del internet, computadoras o dispositivos móviles.

Otras ventajas que incorporan las tecnologías de comunicación e información, según lo indicado por Cobo (2009) corresponden a las posibilidades de encontrar nuevas fuentes de empleo, opciones de innovación en estrategias comerciales, mejoras en el sector de la educación y el avance de las ciencias.

Además, según lo redactado por Vico (2011, p. 86) el periodismo ve expuesta sus fuentes de información a los receptores en la red, es decir, al público general, mientras que en tiempos previos a la evolución de la tecnología correspondía a una sección privada o de acceso exclusivo en el ejercicio del comunicador por compartir información.

2.6 Conocimientos

Respecto al término de conocimientos, según lo mencionado por Amarilla y Bustelo (2001, p. 226) puede comprenderse como el concepto que pone en práctica una persona que pertenece

a una organización, al dar uso de lo que conoce con el fin de solventar una serie de problemáticas o en la efectuación de una labor de proyecto.

El conocimiento, además, según lo indicado por la Real Academia Española (s.f.) puede entenderse como el estado en el que las personas tienen conciencia sobre aquellos que los rodea en su día a día.

El conocimiento, con base en las definiciones anteriormente mencionadas, se puede comprender como la acción de la conciencia para que un ser humano almacene información para una posible solución de conflictos, así como para utilizarlo en su vida diaria.

Adicionalmente, según lo indicado por Canals (2003) el conocimiento puede comprenderse como la característica de un ser humano para interpretar la información que tiene alrededor de su entorno y, por lo tanto, la acción de actuar con base a lo que ocurra en frente de dicha persona.

2.7 Periodismo deportivo

La investigación se centra en los periodistas deportivos, por lo que explicar el concepto de periodismo deportivo tiene una gran relevancia.

El periodismo deportivo tuvo sus inicios en 1896 donde se llevaron a cabo los Juegos Olímpicos en Grecia, y en los cuales fueron acreditados 12 comunicadores para la cobertura de las actividades deportivas en dicha competencia (Forero 2005).

El periodismo deportivo, además, según lo redactado por Amaya (2022) consiste en la rama de la profesión de la comunicación enfocada en el informe y cobertura de actividades o eventos ligadas al apartado del deporte, donde, además, tienen una mayor visualización por a través de la televisión, donde la actividad deportiva se presenta por medio de los comunicadores especializados, los cuales efectúan una serie de notas periodísticas, crónicas o reportajes relacionados a eventos como las eliminatorias de confederaciones como CONCACAF, CONMEBOL O UEFA; Copa América, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA, NBA, Fórmula 1, entre otras competencias distribuidas en diferentes deportes.

2.8 Televisión

El trabajo de investigación busca explicar cómo el uso de las TIC repercute en el perfil profesional de los periodistas deportivos que laboraron en tres medios televisivos, por lo que indicar el concepto de televisión tiene su respectiva relevancia.

La televisión, según lo mencionado por Estremadoyro (2004) corresponde a un evento tecnológico que se incorporó en el siglo XX, el cual tiene como principal objetivo la transmisión de imagen, así como de sonido, de forma simultánea, además, relacionado al deporte, la televisión tuvo un impacto significativo para los eventos deportivos, tal como fue en los Juegos Olímpicos de Berlín 1936, donde se llevó a cabo la apertura al primer servicio de tomas televisivas destinada al disfrute de dicho evento a los usuarios que sintonizaran por medio de la televisión el evento.

2.9 Periodista de televisión

El periodista de televisión, según lo explicado por Estremadoyro (2004) corresponde al comunicador que debe efectuar sus labores informativas con la menor cantidad de texto posible, ya que la información se compartirá principalmente a través del audio y vídeo.

2.10 Periodismo deportivo televisivo

Otro concepto que presenta una gran importancia para la elaboración del trabajo de investigación corresponde al periodismo deportivo televisivo, según Amaya (2022) es el tipo de periodismo que efectúan comunicadores especializados, los cuales con base en una competencia o actividad deportiva, llevan a cabo programas sobre esta temática, que pueden ser variados según el deporte que se transmita, entre esta variación se encuentran los análisis, transmisiones, explicaciones o exposiciones de una actividad deportiva, análisis y debates.

2.11 Habilidades y capacidades

Las habilidades y capacidades, según lo escrito por Schmidt (2006, p. 2) consisten en sinónimos de un mismo término, que corresponde a la capacidad, aptitud o serie de talentos con los que los individuos llevan a cabo alguna actividad de manera eficaz.

Capítulo III. Metodología

En este capítulo se definirán aspectos relevantes de la investigación, tales como el tipo de muestreo, tipo de investigación, las fuentes de información y los instrumentos de recolección de la información para la elaboración del trabajo investigativo.

3.1 Tipo de diseño

El tipo de diseño de la investigación corresponde a uno del tipo mixta, la cual, según Baptista et al. (2014) “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” (p. 534)

La variable seleccionada del tipo de diseño corresponde a la denominada diseño de triangulación concurrente (DITRIAC) que consistirá en análisis y recopilación de la información cualitativa y cuantitativa respecto al problema planteado de manera simultánea, ya que se buscará obtener dichos datos y su respectivo análisis con base en los usos que le dieron los periodistas a las tecnologías de la información tanto en el apartado de cuántas utilizaron y su implicación en el perfil de cada profesional.

3.2 Tipo de muestreo

La muestra para la elaboración del trabajo corresponde a una del tipo no probabilística, la cual según lo escrito por Baptista et al. (2014, p. 189) consiste en una elección de búsqueda de acuerdo con las características principales del trabajo investigativo, sin considerar el apartado de un criterio estadístico generalizado. La principal ventaja de la incorporación de la muestra no probabilística corresponde a la selección cuidadosa de las fuentes con características esenciales para el desarrollo de la investigación.

3.3 Tipo de investigación

La presente investigación corresponde a una del tipo explicativa, la cual, según lo escrito por Baptista et al. (2014, p. 95) corresponde a una búsqueda más exhaustiva con el fin de buscar respuestas certeras ante un fenómeno o evento y su relación directa con las variables de investigación que se planten en la hipótesis del trabajo.

En el caso de la tesina sobre “El uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en Costa Rica en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024” la respuesta u objetivo que se intenta resolver es conocer el uso que le dan los periodistas enfocados en la rama deportiva a la tecnología para concretar una elaboración de trabajos periodísticos más eficaz. Dicho fenómeno o temática se relaciona o conecta de forma directa con la variable de investigación, la cual es el perfil profesional del periodista deportivo en Costa Rica, así como la conexión con la unidad de análisis, es decir, los comunicadores del deporte en los medios Repretel, Teletica y Tigo Sports.

Baptista et al. (2014) afirmaron lo siguiente:

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. (p. 96)

Se descartó la estructuración de una investigación del tipo descriptiva o correlacional, ya que, según lo mencionado por Baptista et al. (2014) la primera consiste en la recopilación de varios datos y describir al pie de la letra lo que se investiga, mientras que en el caso de la correlacional busca relacionar términos en un escenario específico, por lo que el tipo de investigación más recomendado para el abordaje del tema corresponde al explicativo.

3.4 Fuentes de información

En este apartado se mencionarán las posibles fuentes de investigación, las cuales, según lo mencionado por Baptista et al. (2014), corresponden a una persona, institución o documentación que brinde datos para el desarrollo de un trabajo investigativo.

Las fuentes principales serán del tipo primario que consisten en datos que se pueden localizar en obras literarias, documentos, plataformas web reportes, personas directas al tema, entre otros (2014). En este caso, las fuentes corresponderán a entrevistas a periodistas que laboran en los medios de comunicación planteados en el desarrollo del presente trabajo. Adicionalmente, la información buscará complementarse con noticias compartidas en plataformas de instituciones costarricenses, en las que se haga referencia al uso de las TICS y su impacto.

Tabla 1: Posibles entrevistados

| Nombre | Medio en el que labora | Puesto |
|-------------------------|------------------------|-----------------------------|
| José Alberto Montenegro | Tigo Sports | Jefe editorial y periodista |
| Andrés Chaves | Tigo Sports | Periodista y narrador |
| Tomás Fonseca | Tigo Sports | Periodista y comentarista |
| Carlos Serrano | Repretel | Periodista y comentarista |
| Alexander Gaitán | Repretel | Periodista |
| Carlos Chinchilla | Repretel | Periodista |
| Mariela Jiménez | Repretel | Periodista |
| Melissa Alvarado | Teletica | Periodista |
| Daniel Quirós | Teletica | Periodista y narrador |

Fuente: elaboración propia, 2025

3.5 Criterios de selección de la muestra

Tabla 2: Criterio de selección de los expertos

| | |
|------------|--|
| Elemento 1 | Que los usuarios a investigar sean periodistas |
| Elemento 2 | Que se desempeñen en el área deportiva |
| Elemento 3 | Que presente un conocimiento mínimo o regular de las herramientas de la comunicación e información |
| Elemento 4 | Que hayan laborado en Repretel, Teletica o Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 |
| Elemento 5 | Que hayan utilizado las herramientas de la comunicación e información durante sus labores durante el segundo semestre del 2024 |

Fuente: elaboración propia, 2025

Tabla 3: Criterio de Selección de Noticias

| | |
|-----------|---|
| Aspecto 1 | Que las noticias hayan sido efectuadas durante el segundo semestre del 2024 |
| Aspecto 2 | Que presenten un uso de las herramientas de la comunicación e información en las notas o trabajos periodísticos |

Fuente: elaboración propia, 2025

3.6 Fase de recolección de datos

3.6.1 Instrumentos de investigación

En la elaboración del presente trabajo de investigación, con el fin de concretar el objetivo de analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024 se utilizarán los instrumentos denominados entrevista en profundidad y análisis documental.

El primer instrumento de recolección de datos corresponde a lo siguiente: “Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas” (Bogdan & Taylor, 2008, p. 195).

Para identificar el porcentaje de capacitaciones recibidas por los periodistas respecto a las nuevas tecnologías de comunicación e información durante el segundo semestre del 2024, explorar la percepción de los comunicadores sobre una posible mejora en las habilidades comunicativas de los periodistas al incorporar las TIC en sus labores y determinar los aspectos positivos y negativos de incorporar estas herramientas por parte de los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024; se utilizará la entrevista en profundidad dirigida a los periodistas deportivos que aparecieron en las transmisiones deportivas en dichos medios de comunicación.

La entrevista a profundidad permitirá contestar preguntas como: ¿cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos?, ¿cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los

periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?, ¿cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

En el apartado de describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024, se recopilará la información mediante el uso del análisis documental. Esta herramienta consiste en lo siguiente: “El Análisis Documental, ha sido considerado como el conjunto de operaciones destinadas a representar el contenido y la forma de un documento para facilitar su consulta o recuperación, o incluso para generar un producto que le sirva de sustituto” (García, 1993, p.11).

Tabla 4: Corpus discursivo, listado de noticias para efectuar análisis

| Noticia | Medio | Descripción | Enlace |
|---|---|---|---|
| Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas! | Plataforma digital de la Universidad de Costa Rica | Esta información podría complementar los datos de los indicadores del contacto con las nuevas tecnologías, así como la frecuencia de uso y los aspectos positivos y negativos de las mismas | https://www.ucr.ac.cr/noticias/2024/6/17/las-tecnologias-digitales-en-costa-rica-no-podemos-vivir-sin-ellas.html |
| ¿Está Costa Rica conectada? La importancia de las TIC en el desarrollo nacional | Plataforma digital de la Universidad Nacional | La información que se comparte en la nota permitiría añadir datos en los cuestionamientos del indicador de uso de herramientas comunicativas, en los apartados de tipos, número de herramienta y frecuencia de usos de las TIC. | https://www.unacomunica.una.ac.cr/index.php/julio-2024/5447-esta-costa-rica-conectada-la-importancia-de-las-tic-en-el-desarrollo-nacional |
| ¿Qué son las TIC y para qué sirven? | Plataforma digital de la Universidad Latina de Costa Rica | En esta plataforma se indica el concepto de las TIC, así como su importancia y relevancia en la sociedad | https://www.ulatina.ac.cr/articulos/que-son-las-tic-y-para-que-sirven |

Fuente: elaboración propia, 2025

Tabla 5: Cuadro de operacionalización

| Objetivo | Variable | Indicador | Pregunta | Fuente | Instrumento |
|--|---|--|---|---|--------------------------|
| Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación | Conocimientos sobre las tecnologías de comunicación e información | Primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación | ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación | Opinión de periodistas deportivos que laboraron | Entrevista a profundidad |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| <p>n e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024</p> | | <p>n e información por parte de los periodistas deportivos Frecuencia del uso de las tecnologías de comunicació n e información Tipos de tecnologías de comunicació n e información utilizados Cantidad de tecnologías de comunicació n e información utilizados Tipo de fuente informativa sobre tecnología de comunicació n e información Apartados negativos del uso de la tecnología de comunicació n e información Impacto a nivel profesional del periodista deportivo tras el uso de la tecnología de comunicació</p> | <p>e información por parte de los periodistas deportivos? ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que los periodistas utilizan tecnologías de comunicación e información para la elaboración de materiales periodísticos? ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo ? ¿Cuántas tecnologías de comunicación e información fueron utilizadas por los periodistas deportivos en el segundo semestre del 2024? ¿Cuáles son la fuentes sobre tecnología e información que utilizaron los periodistas deportivos para capacitarse</p> | <p>en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024</p> | |
|--|--|--|---|---|--|

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|-----------------------------|
| | | n e información | respecto al tema? ¿Cuáles son los aspectos negativos del uso de la tecnología de comunicación e información según los periodistas deportivos? ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo? | | |
| Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicador es deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024 | Uso de herramientas comunicativa s | Tipos de herramientas Número de herramientas Frecuencia del uso de herramientas Cantidad de trabajos periodísticos donde se utilizó herramientas de comunicación n Primer uso de las herramientas de comunicación n por parte de los periodistas Capacitacion es tomadas por los periodistas | ¿Cuáles son los tipos de herramientas comunicativas qué existen? ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística? ¿Con cuanta frecuencia utilizaron los periodistas herramientas de comunicación para el desarrollo de trabajos informativos? ¿Cuántos trabajos | Opinión de periodist as deportivo s que laboraron en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 | Entrevista a profundidad |

| | | | | | |
|--|---------------------------|---|--|------------------------|--------------------------|
| | | <p>para comprender el uso de las herramientas comunicativas</p> <p>Herramientas comunicativas como apoyo o amenaza para la profesión del periodista</p> <p>Frecuencia de actualización en herramientas comunicativas</p> <p>Tecnología comunicativa más utilizada para la elaboración de trabajos periodísticos</p> | <p>informativos fueron desarrollados con el uso de herramientas comunicativas por parte de los periodistas deportivos?</p> <p>¿Cuál fue el primer uso que le dieron a las herramientas de comunicación los periodistas deportivos?</p> <p>¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?</p> <p>¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?</p> <p>¿Cada cuánto tiempo los periodistas se actualizan respecto a las novedades sobre las herramientas comunicativas?</p> | | |
| Explorar la percepción de los periodistas deportivos | Habilidades y capacidades | Tipos de habilidades y capacidades de los | ¿Cuáles son los tipos de habilidades y capacidades | Opinión de periodistas | Entrevista a profundidad |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| <p>respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024</p> | | <p>periodistas sin el uso de nuevas tecnologías de comunicación Mejora en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de nuevas tecnologías de comunicación Cantidad de periodistas que utilizan las nuevas tecnologías de comunicación para la mejora de habilidades y capacidades Inteligencia artificial como parte de la mejora en las habilidades y capacidades comunicativas por parte de los periodistas IA como parte de la tecnología comunicativa para los periodistas Aprendizaje sobre las mejoras en las habilidades y</p> | <p>de los periodistas para la elaboración de material informativo sin el uso de las nuevas tecnologías de comunicación ? ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación ? ¿Cuántos periodistas afirmaron haber utilizado las nuevas tecnologías de comunicación para la mejora de habilidades y capacidades en sus labores periodísticas? ¿La inteligencia artificial puede considerarse como parte de la mejora en las habilidades y capacidades comunicativas por parte de los periodistas? ¿La inteligencia artificial</p> | <p>deportivos que laboraron en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024</p> | |
|---|--|---|---|--|--|

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|
| | | <p>capacidades por parte de los periodistas al incorporar tecnología en sus labores Capacitación por parte del medio de comunicación</p> | <p>puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores? ¿Cuáles son los conocimientos con los que cuentan los periodistas sobre las mejoras en las habilidades y capacidades al incorporar tecnología en el desarrollo de sus labores? ¿Los medios de comunicación llevan a cabo capacitaciones para que sus periodistas incorporen herramientas tecnológicas para la mejora en sus habilidades y capacidades laborales? ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus</p> | | |
|--|--|---|---|--|--|

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|---------------------------|
| | | | habilidades en sus labores informativas? | | |
| Describir los aspectos positivos y negativos de las tecnologías de información y comunicación según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024 | Nivel de conocimiento sobre tecnología de comunicación e información | Uso de la tecnología de la comunicación en los medios televisivos en el departamento deportivo Conocimiento sobre las tecnologías de la comunicación más novedosas por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports Aspectos positivos del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports Consecuencias de no contar con aprendizajes sobre las nuevas tecnologías de comunicación | ¿Utilizan los medios televisivos las tecnologías de comunicación e información en el departamento deportivo? ¿Cuál es el conocimiento con el que cuentan los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports sobre las tecnologías de comunicación e información? ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports? ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las | Opinión de periodistas deportivos que laboraron en Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 | Entrevista de profundidad |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <p>n e información Capacitación personal por parte de los periodistas sobre las tecnologías de comunicación n e información Conocimient o sobre tecnologías de la comunicación n implementad o en trabajos informativos por parte de los periodistas deportivos Cantidad de tiempo utilizado para obtener un mayor conocimiento sobre las tecnologías de la comunicación n por parte de los periodistas deportivos</p> | <p>nuevas tecnologías de comunicación e información? ¿Cuántos periodistas llevaron a cabo una capacitación de forma personal para tener un mayor conocimiento sobre las tecnología de comunicación e información durante el segundo semestre del 2024? ¿Cuántos trabajos informativos contaron con la implementaci ón de los conocimientos sobre tecnología de la comunicación por parte de los periodistas deportivos durante el segundo semestre del 2024?</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

Capítulo IV Resultados

En el presente capítulo, el investigador abarcará la obtención de los datos sobre la investigación, los cuales se abordaron a través de entrevistas de profundidad dirigidas a periodistas que laboraron en los medios de comunicación Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 y que utilizaron las tecnologías de comunicación e información en sus respectivas labores. Adicionalmente, se efectuó un análisis documental, en el cual se obtuvieron datos compartidos en formato de noticias relacionados a las tecnologías de comunicación e información en Costa Rica en tiempos recientes y su respectivo impacto en la formación académica y profesional de los ciudadanos costarricenses.

Los resultados, según lo indicado por Baptista et al. (2014) corresponden al apartado de las investigaciones en el que los investigadores llevan a cabo una serie de análisis, comentarios referentes a los datos obtenidos, así como las conclusiones del trabajo que se encuentra en desarrollo.

Baptista et al. (2014) argumentaron lo siguiente: “Una vez que se obtienen los resultados de los análisis cuantitativos, cualitativos y mixtos, los investigadores o investigadoras proceden a desarrollar las inferencias, comentarios y conclusiones en la discusión” (p. 577).

En el apartado de las entrevistas de profundidad, se llevaron a cabo a un total de 11 periodistas deportivos distribuidos en los medios de comunicación televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports, las cuales se concretaron a través de la plataforma Zoom para su respectiva efectucción y grabación de respaldo.

En dichas entrevistas que tuvieron una duración aproximada de entre quince a veinte minutos, se abordaron los cuatro objetivos específicos por medio de una serie de preguntas distribuidas entre los objetivos planteados.

En el caso del objetivo específico uno, se efectuaron cuatro consultas, en el tema u objetivo dos, se llevaron a cabo tres preguntas, el objetivo tres contó con tres cuestionamientos y, finalmente, el objetivo específico cuatro abordó tres interrogantes.

Respecto a la investigación de información a través del análisis documental, se analizó una serie de noticias referentes a las tecnologías de comunicación e información efectuadas por las universidades estatales de Costa Rica; es decir, la Universidad de Costa Rica y la Universidad

Nacional, así como la página web de la Universidad Latina de Costa Rica sobre las TICS y sus aspectos positivos en los usuarios que las utilizan para una mejora en el apartado de los perfiles profesionales.

Presentación de los datos

Según lo indicado en la información recopilada a través del método del análisis documental, cerca del 90 % de la población en Costa Rica utiliza redes sociales y el 98 % aplicaciones de mensajería, que se encuentran recopiladas en las tecnologías de comunicación e información, es decir, las TIC.

Figura 1: Porcentaje de personas en Costa Rica que utilizan redes sociales



Elaboración propia, 2025

Además, otro dato relevante que aparece en uno de los textos recopilados corresponde a que, en Costa Rica, la red social que más se utiliza para fines de entretenimiento y búsqueda de información es Facebook, con un 85 % de la población del país, seguido de Instagram con un 48 % y TikTok con un 45 %.

Figura 2: Redes sociales más utilizadas para fines de entretenimiento en Costa Rica

Elaboración propia, 2025

En el apartado de posibles mejoras en las habilidades y capacidades de las personas al incorporar el uso de las tecnologías de comunicación e información, a través del análisis documental, se obtuvo el dato sobre lo que significan las TIC en los escenarios de las personas, puesto que según lo indicado por Castro y Suárez (2024) las herramientas de comunicación e información no solo ocasionan una mejora en la producción laboral, así para innovar en sectores económicos y de oportunidades de trabajo, e intervenir en la comunicación y conexión con otras personas, comunidades e instituciones.

También, el acceso a Internet está presente en la mayor parte del territorio de Costa Rica, con un 81 % de sectores que cuentan con esta tecnología de comunicación e información que permite una comunicación inmediata, no solo a nivel de interacciones sociales, sino por medio de la recopilación de noticias en plataformas digitales o redes sociales.

Otro punto que se encontró por medio del análisis documental consiste en la mención de aspectos positivos al incorporar las tecnologías de comunicación e información, entre los que se encuentran, según lo indicado por Castro y Suárez (2024) las mejoras a nivel de productividad, incentivar a la innovación en diversos sectores, la posibilidad de la incorporación a mercados

laborales novedosos. Además, la función o tarea principal que llevan a cabo las TIC corresponde a agilizar la recopilación y exposición de información de manera inmediata por medio de la digitalización en cantidades extensas de almacenamientos de datos en diversos dispositivos.

Adicional a dicho dato, las fuentes en las que se obtuvieron datos aplicando el análisis documental, puntualizaron no solo en los aspectos positivos de incorporar las tecnologías de comunicación e información, sino en los elementos negativos que pueden significar estas herramientas en la vida de las personas. Algunos de estos puntos de vista no positivos respecto a las tecnologías de comunicación e información consisten en la difusión de noticias falsas o erróneas que incitan a la desinformación y la creación de barreras en el ámbito laboral en el caso de personas que no cuentan con conocimientos referentes a las habilidades con la implicación de la tecnología de por medio, aspecto que interviene en programas, estrategias o capacitaciones sobre la formación en detalles como el uso de las TIC. La inversión para una mejora en los conocimientos sobre las tecnologías de comunicación e información pertenece a uno de los elementos de estudio de la investigación.

En cuanto a la recopilación de información y opiniones de los periodistas deportivos pertenecientes a los medios Repretel, Teletica y Tigo Sports a través de las entrevistas de profundidad, se obtuvo datos que fortalecen o contestan a los cuestionamientos establecidos en los diferentes objetivos específicos.

Capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

Uno de los objetivos específicos planteados a lo largo de la investigación corresponde a determinar la cantidad de capacitaciones sobre tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024, el cual fue abordado a través de las entrevistas de profundidad, en las que además, se mencionaron algunas ventajas que consideró la muestra respecto a las TIC.

Los miembros de la muestra, en un 100 %, argumentaron que fueron presentando de manera progresiva en sus labores, un mayor conocimiento sobre las tecnologías de comunicación e información, es decir, con base en los avances tecnológicos y su respectiva incorporación en las

tareas periodísticas, los comunicadores fueron adquiriendo conocimientos respecto a tecnologías como el Internet, las páginas web, blogs y redes sociales que se han presentado progresivamente.

El periodista Andrés Chaves, por medio de una entrevista de profundidad, describió que las TIC juegan un papel fundamental en el perfil del periodista actual, ya que la profesión no solo incorpora la redacción de notas informativas, sino las posibilidades de desarrollar piezas gráficas y contenido para retroalimentar los canales de las tecnologías de comunicación e información, como es el caso de las redes sociales.

Chaves (2025) indicó lo siguiente:

Hay muchos periodistas que, por medio de sus redes sociales, a través de sus plataformas pueden salir adelante y no necesitan estar 100% apegados a un medio de comunicación o a una empresa como tal. Para desarrollarse en este campo es indispensable estar utilizando estos medios.

Hoy los periodistas que trabajan en Tigo Sports, no solo se dedican a hacer notas periodísticas audiovisuales para la televisión, sino que esas piezas informativas tienen que de alguna manera apegarse también para estar en las redes sociales.

El periodista de hoy tiene que saber editar, sea cual sea el programa que utilice, tiene que saber editar vídeo, audio, piezas gráficas, tiene que saber cómo se usan las redes sociales, sabiendo cuál es el target en cada una de estas y cómo tiene que ir el contenido (Comunicación personal, Chaves, 2025)

Mariela Jiménez (2025) comunicadora que labora en el medio de comunicación Repretel, argumentó que el comunicador en la actualidad debe mantenerse en una actualización constante sobre las tecnologías de comunicación e información, ya que, a través de ellas, en las que se incluyen las redes sociales, el comunicador puede mantenerse informado respecto a lo que ocurre en el mundo del deporte, a pesar de que no se encuentre laborando en dicho momento, sino en un día libre o llevando a cabo otra tarea que le fue encargada.

Jiménez (2025) indicó lo siguiente:

Además, los periodistas seguimos siendo periodistas incluso en nuestro día libre, entonces yo tengo derecho a ir con mi familia a la montaña el día que tengo libre, pero gracias al teléfono y a la tecnología puedo estar al tanto de lo que está pasando. (comunicación personal, 2025)

Carlos Chinchilla (2025), profesional que lleva a cabo sus labores de periodista deportivo en el medio de comunicación Repretel, indicó que las tecnologías de comunicación e información presentan un impacto significativo en los comunicadores deportivos actuales, ya que las nuevas generaciones de periodistas incluyen el uso diario de las TIC para ejecutar sus tareas, por lo que las personas que trabajan en el medio deben acoplarse en dicha sintonía.

Chinchilla (2025) mencionó lo siguiente: “Tiene un impacto alto, porque se utilizan todos los días y las nuevas generaciones ya vienen con eso, entonces hay que acoplarse a ello y el impacto ha sido total con las tecnologías” (comunicación personal, 2025).

Adicionalmente, el 100 % de la muestra indicó que los conocimientos con los que contaron respecto a las nuevas tecnologías de comunicación e información durante el segundo semestre del 2024 es constante, ya que en los tiempos recientes se han incorporado nuevas tecnologías y plataformas que conlleva a obtener un conocimiento sobre el manejo de dicha tecnología.

Los entrevistados, además, argumentaron que sus principios con el uso de las tecnologías de comunicación e información se remontan a incorporarse a Internet, pero que no tuvieron una inducción referente a estas herramientas salvo en casos concretos con cursos en la carrera de periodismo en las universidades.

Daniel Quirós (2025), periodista que labora en el medio de comunicación Teletica, argumentó que, en sus inicios en la profesión del periodismo deportivo, lo más sobresaliente a nivel de tecnología consistía en una máquina de escribir, pero conforme avanzaron los progresos a nivel de revoluciones tecnológicas, se han presentado formas de comunicar en las que directamente se llega a omitir el contacto con la fuente primaria.

Quirós (2025) mencionó lo siguiente:

En mi caso son muchos años, porque cuando arranqué no existía todavía el internet. Lo más tecnológico que había en aquel momento era una máquina de escribir, pero después aparecen nuevas tecnologías y con el internet se da una revolución increíble para el mundo del periodismo en general y no solo para el periodismo deportivo.

Aparecen formas de poder encontrar información sin necesidad de ir a la fuente directa, sino que se da una apertura donde inclusive por medios oficiales de diferentes clubes; llámese equipos o federaciones, encontrabas información que antes tenías que ir con la fuente primaria de mano para poder obtener ese detalle. (Comunicación personal, 2025)

Un aspecto en el que el 100 % de la muestra demostró estar completamente de acuerdo corresponde al impacto que tienen las tecnologías de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo, en el que se argumenta las TIC obligan a los comunicadores a estar pendientes y atentos a las actualizaciones en el apartado de las nuevas tecnologías, puesto que según las personas entrevistadas, es fundamental para el periodista actual estar involucrado con las páginas web y redes sociales, de los cuales se pueden conseguir materiales informativos importantes, así como la posibilidad de mantenerse en contacto con eventos deportivos que ocurren en simultáneo, pero en diversas localizaciones.

Un ejemplo brindado en este aspecto fue el indicado por la periodista Mariela Jiménez (2025) quien mencionó que las tecnologías de comunicación e información juegan un rol importante al momento de transmitir encuentros de fútbol, donde se puede encontrar en un estadio, pero en otro juego que ocurre en simultáneo y que es de importancia para la tabla de clasificación, se anota un gol. En una instancia común, el comunicador que se encuentra cubriendo el primer encuentro no se daría cuenta de lo que ocurre en el otro cotejo; sin embargo, por medio de las redes sociales y plataformas web incorporados en los dispositivos electrónicos, recibe la notificación sobre la anotación en el otro encuentro, lo que le permite mantenerse informada, así como indicarle al televidente lo que sucede y cómo interviene en la tabla del torneo de fútbol.

Jiménez (2025) dijo:

Es un impacto muy alto en la carrera de periodismo, también por otra razón, la cual es que el teléfono nos da muchas facilidades como las redes sociales o la página web que nos permiten

nutrirnos de información y el cómo intentamos hacérsela llegar a la gente, pero también existen muchas aplicaciones que le permiten estar al tanto de todos los eventos deportivos y eso es importante, porque yo puedo estar en una transmisión y hay otro partido en simultáneo y me llega la notificación de que metieron un gol en el otro juego y quizá es determinante para uno de los equipos del lugar en el que yo estoy. (comunicación personal, 2025)

También, José Alberto Montenegro (2025) mencionó que las tecnologías de comunicación e información contemplan un impacto considerable en la profesión del periodismo, ya que los contenidos que llevan a cabo los periodistas se comparten de forma inmediata en las páginas web de los medios de comunicación para los que laboran, así como en las redes sociales de mayor uso por parte de los usuarios a nivel global.

Montenegro (2025) argumentó lo siguiente sobre el impacto de las TIC en las labores de un comunicador deportivo en la actualidad:

Es un impacto total, porque como se lo decía, la comunicación va mucho por ahí, por saber utilizar esas plataformas y agregar una vía más de comunicación a la vez que esas plataformas. Nosotros, al menos en Tigo Sports, para nosotros lo que sale en pantalla tiene que salir en redes sociales, lo importante que sale en televisión, tiene que estar en redes sociales, porque le da mayor duración a los contenidos y mayor vigencia. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, el periodista Tomás Fonseca (2025) indicó que las tecnologías de comunicación e información tienen un impacto alto, importante y exigente para la profesión del periodista deportivo.

Fonseca (2025) dijo lo siguiente respecto al impacto de las tecnologías de comunicación e información en la profesión del comunicador deportivo: “Es importante, alto, necesario, también exigente. Importante porque si hoy no estás en la discusión mediática digital, prácticamente estás afuera de un montón de consideraciones de audiencia que consumen la información por esa vía”.

Necesario porque los medios tradicionales hoy por hoy están haciendo una metamorfosis de cara a lo que va a venir, que en un momento es casi como la salida de los medios tradicionales y un arribo totalmente a lo digital. También es exigente, porque constantemente te está invitado a estar conectado con la información, conectado con la opinión, conectado con la interpretación; porque los temas van sucediéndose y ya sea porque los tienes que informar o porque tienes que

sentar una posición, tienes que estar al tiro con eso y hoy la información es mucha, porque no solo tiene que ver con lo que sucede a nivel de Costa Rica, sino a nivel mundial.

También hay un impacto atractivo, porque estamos en un estado donde se puede acceder a una gran cantidad de informaciones y de cosas que, si se saben utilizar y filtrar, también tiene acceso a generar un periodismo diferente. (Comunicación personal, 2025)

Melissa Alvarado, también explicó su punto de vista referente al impacto que tienen las tecnologías de comunicación e información en el perfil profesional de los comunicadores deportivos, las cuales, según lo indicado por la comunicadora, exigen que los periodistas estén atentos a las actualizaciones de las herramientas tecnológicas. “Es un impacto muy importante, porque primero nos ayuda y nos obliga a estar siempre atentos a las diferentes herramientas con la que nos podemos informar” (comunicación personal, 2025).

Alvarado (2025) además, indicó que los comunicadores deben ser amigables con las TIC, entre ellas las redes sociales, ya que por medio de estas se pueden obtener una gran variedad de datos que pueden corresponder a elementos informativos importantes.

Alvarado indicó lo siguiente: “Es fundamental estar atento a la evolución de las redes sociales y segundo, utilizarlas, ser amigables también con las redes sociales, porque nos ayudan, nos informan y se puede sacar muchos aspectos y material importante” (comunicación personal, 2025)

Pese a la presentación de un conocimiento estable sobre las tecnologías de comunicación e información por parte de la muestra, el 98 % de los entrevistados argumentaron que no recibieron algún tipo de capacitación sobre las TIC en las empresas de comunicación en las que laboran, sino que tuvieron que aprender sobre el cómo funcionan por cuenta propia, mientras que el 2 % restante indicó que si recibieron capacitaciones sobre tecnologías de comunicación e información, pero específicamente para saber utilizar dichas plataformas o en el medio en el que laboran.

El comunicador Andrés Chaves (2025) argumento que no recibió algún tipo de capacitación respecto a las herramientas de comunicación e información y que los medios, bajo su criterio, si se preocupan porque sus trabajadores estén actualizados respecto a las estrategias comunicativas más novedosas, sin embargo, el buscar e investigar sobre las TIC por responsabilidad individual, puede generar una mayor atracción por el comunicador deportivo dentro del mercado laboral.

Chaves expresó lo siguiente:

Debemos tener una cosa clara. Los medios si se preocupan de cómo evolucionar y de capacitar a sus trabajadores para que estén al día, pero los medios o empresas no están obligadas a eso y ahí es donde el periodista tiene que estar evolucionando.

Se lo digo por mi parte, es una tarea que tengo cada día a nivel personal, sin esperar que la empresa o el medio de comunicación me brinde una capacitación, porque así me vuelvo más atractivo en el gremio profesional. (comunicación personal, 2025)

José Alberto Montenegro (2025) argumentó que en un principio si debió llevar capacitaciones referentes a las tecnologías de comunicación e información, y, por lo tanto, sobre su uso, sin embargo, los conocimientos que más adquirió sobre las TIC fue trabajando con ellas en diferentes labores, observando los formatos que utilizaban otros medios de comunicación, así como formatos diversos para el desarrollo de materiales informativos.

Montenegro (2025) se expresó de la siguiente forma:

En el arranque tuve que llevar ciertas capacitaciones, pero en la dinámica de este trabajo, aprendes de la calle, vas tomando lecturas, vas tomando de diferentes medios de comunicación diferentes tipos de formatos y tipos de contenido, pero una capacitación como tal en realidad no. (Montenegro, entrevista de profundidad, 2025)

Por su parte, Melissa Alvarado (2025) también indicó que no recibió capacitaciones relacionadas al apartado de las tecnologías de comunicación e información, pero que consulta a editores y colegas del medio sobre cuáles son los tipos de herramientas que se utilizan y el cómo aplicarlas y de esa forma se genera una retroalimentación en el equipo de trabajo.

Alvarado (2025) se refirió de la siguiente manera:

No recibí ninguna capacitación, pero si me gusta leer y luego le puedo comunicar a un compañero editor cómo se puede hacer para bajar un vídeo, por ejemplo, entonces creo que es una retroalimentación entre todos, un trabajo en conjunto donde yo les puedo comentar a los editores y ellos me dicen sobre cuáles herramientas puedo utilizar y a partir de ahí, creo que

uno se va informando junto a los compañeros de trabajo de cómo funcionan y qué tanto se le puede sacar de provecho. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, Tomás Fonseca (2025) describió que tampoco recibió alguna capacitación, puesto que estos conocimientos en ocasiones se obtienen del apartado del centro universitario de donde se formó el profesional.

Fonseca dijo lo siguiente:

Ninguna, porque se supone que te contratan con el *expertise* producto de la universidad. No tuve ningún tipo de inducción propiamente en mi espacio laboral o de alguna persona que me haya dicho “mira, esto va a salir por Facebook o por YouTube, es multiplataforma” actualmente nosotros tenemos la radio que sale normal, pero también sale en televisión, YouTube y Facebook. (Comunicación personal, 2025)

Mariela Jiménez (2025) periodista de Repretel que desempeña sus labores comunicativas en el Departamento de Deportes, también mencionó que no recibió capacitaciones referentes a las tecnologías de comunicación e información, pero que los conocimientos con los que contó sobre dicho apartado los obtuvo mediante algunas lecciones a través del centro de estudio en el que llevó a cabo su carrera universitaria.

Jiménez (2025) argumentó lo siguiente: “Capacitaciones como tal no he tenido, sin embargo, tuve cursos en la universidad que integraban esto a nivel de la carrera” (Jiménez, entrevista de profundidad, 2025)

Quienes indicaron que sí recibieron una capacitación de las tecnologías de comunicación e información, fueron los periodistas Carlos Chinchilla y Alexander Gaitán. El primero mencionó que el medio de comunicación en el que labora le brindó una capacitación sobre el funcionamiento de un dispositivo móvil para la generación de material informativo, mientras que Gaitán compartió que recibió una capacitación sobre una plataforma que permite la descarga de vídeos relacionados a eventos deportivos internacionales, así como de la instalación del *software* que utilizan en el medio de comunicación.

Chinchilla se refirió a este apartado de la siguiente forma:

En mi caso solo una, cuando implementamos en la redacción de Deportes Repretel el utilizar iPhone para hacer coberturas, tuvimos una capacitación para ver temas más técnicos, por ejemplo, cómo hacer el encuadre, dónde se va a colocar el periodista en un en vivo o en un pregrabado, cómo grabar al entrevistado, cosas técnicas que tenemos que cumplir para ciertas características de calidad. (Comunicación personal, 2025)

Por su parte, Alexander Gaitán (2025) mencionó lo siguiente respecto a la capacitación que recibió:

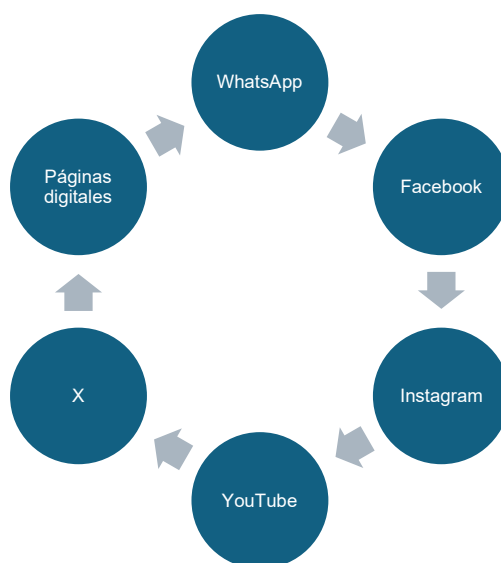
Hubo una con relación a la utilización de una plataforma que utilizamos para poder descargar videos, sobre todo de partidos internacionales, entonces ahí se nos dio una capacitación al respecto, también de la instalación del software específico en la computadora que nosotros tenemos en la redacción. (Comunicación personal, 2025)

Pese a que dichos comunicadores recibieron capacitaciones sobre ciertas herramientas pertenecientes a las categoría de tecnologías de comunicación e información, los periodistas no reciben constantemente capacitaciones o inducciones referentes a las nuevas plataformas que se añaden diariamente, así como redes sociales novedosas en las que también se comparten informaciones ligadas al mundo del deporte, Por tanto, al no estar actualizados respecto a las tecnologías más novedosas, los periodistas encargados de transmitir las noticias sobre eventos deportivos, pueden verse afectados negativamente ante su respectiva competencia.

Descripción del uso de las herramientas para la generación de información

Respecto al apartado del objetivo específico número dos, el cual corresponde a describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información, la muestra, por medio de las entrevistas de profundidad, argumentó que las tecnologías de comunicación a las que más acudieron para el desarrollo de materiales informativos; correspondió a redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X y WhatsApp, así como plataformas digitales que cuentan con datos estadísticos que complementan tanto las transmisiones deportivas, como las notas que se comparten al aire en los diferentes noticieros.

Figura 3: Plataformas de las Tecnologías de la Información más utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística



Fuente: elaboración propia, 2025

Estas herramientas, según lo argumentado por la fuente, facilitan la recopilación de datos o movimientos por parte de los clubes deportivos, tal y como es el caso de los equipos de fútbol de la primera división de Costa Rica.

Carlos Serrano (2025), comunicador deportivo en el medio de comunicación Repretel, mencionó que las plataformas de mensajería como WhatsApp, facilitan en la actualidad la recopilación de datos que brindan las fuentes, en este caso clubes deportivos, los cuales dan uso de estas tecnologías para compartir la información de forma prácticamente inmediata.

El periodista Carlos Serrano (2025) argumentó lo siguiente:

Por ejemplo, Santa Ana y Guanacasteca al momento de anunciar jugadores, lo que hacen es enviar en un chat de WhatsApp un link de Facebook a la página de ellos donde enviaron un comunicado oficial y ligan una red social con un comunicado oficial que necesitamos nosotros como medios de comunicación. (Comunicación personal, 2025)

Melissa Alvarado (2025) mencionó que las páginas web que suele frecuentar, para mantenerse al tanto del mundo del deporte, corresponden a medios digitales nacionales, así como de España,

además de frecuentar la red social X, en la que se suben noticias del mundo del deporte constantemente.

Alvarado (2025) indicó:

En este caso para mi me parecen muy importantes lo que comparten en la Nación, Cr Hoy, Teletica.com y a partir de ahí, todos los que sean de X, véase todas las páginas a nivel internacional de España y también de la región. (Comunicación personal, 2025)

Alexander Gaitán (2025) en sus declaraciones a través de la herramienta de la entrevista de profundidad, argumentó que las tecnologías de comunicación e información que utiliza para llevar a cabo sus trabajos como periodista incluyen desde el correo electrónico, hasta plataformas que permiten almacenar archivos de audio y vídeo que contienen una gran cantidad de información.

Gaitán (2025) mencionó:

Estamos hablando desde el correo electrónico, estamos hablando por ejemplo del Whats App, del Telegram que también es otra red que trabajamos mucho para la transmisión de vídeos, estamos hablando del WeTransfer y también todo esto funciona obviamente con Internet y visito redes sociales a veces para chequear algunos aspectos, donde también hay un trasiego de información que a veces también comparten por ejemplo los equipos, y son contenidos que a veces sirven para nutrir las informaciones. (Comunicación personal, 2025)

Mariela Jiménez (2025) también mencionó las herramientas de comunicación e información que se utilizan en el medio de Repretel, entre las que se encuentran las pertenecientes al paquete de Adobe y programas de edición de material audiovisual, así como las redes sociales del medio.

Jiménez (2025) indicó lo siguiente:

Aquí en Repretel utilizamos el paquete de Adobe, para la generación de imágenes After Effects y también otra de las tecnologías que utilizamos son las redes sociales, se alimenta mucho Facebook e Instagram y también en la página web de Repretel. (Comunicación personal, 2025)

Las herramientas de comunicación e información, también, tienen una intervención indirecta en los perfiles de redes sociales de los comunicadores deportivos, pero, que complementa a las redes sociales de los medios de comunicación y genera una mayor interacción con los usuarios en los intercambios de datos deportivos.

Así lo compartió el comunicador y analista del medio Tigo Sports, Tomás Fonseca (2025) quien añadido a las herramientas que utilizan para el desarrollo de programación deportivas y contenido informativo para dicho medio de comunicación, mencionó cómo se puede crear una discusión o intercambio de opiniones de un tema a través de las redes sociales de cada comunicador deportivo.

Fonseca dijo:

Estamos hablando de YouTube, Facebook, radio convencional, televisión que van en vivo y a eso hay que sumarle el insumo de una historia o reels en Instagram, para poder difundirlo en tiempo real que se está dando un programa. Mismo modo que le puedes aplicar a TikTok e incluso de forma lateral, pero también importante, aparece la discusión que puede hacer cada uno de los periodistas desde sus propias redes sociales, que claramente, no se trata del canal institucional, pero si un canal que abona al canal institucional. (Comunicación personal, 2025)

José Alberto Montenegro (2025) por su parte, compartió varios aspectos positivos que tuvo el medio de comunicación Tigo Sports al incorporar las tecnologías de comunicación e información como las redes sociales, ya que en sus inicios, Tigo Sports correspondía a un canal exclusivo para los clientes que tuvieran el servicio de cablera de Tigo en Costa Rica, ya que la forma en la que el medio se dio a conocer para los usuarios que no tenían dicho canal de televisión fue a través de clips o vídeos que se subían a las redes del medio.

Montenegro explicó lo siguiente:

Para nosotros fue la manera de darnos a conocer, porque yo asumí la jefatura editorial de Tigo Sports en el 2020 y en ese momento no había redes sociales y éramos un canal de cable cerrado, de hecho fuimos el primer canal que transmitió de manera cerrada partidos de fútbol, no se podían ver por televisión abierta, entonces la única manera de dar a conocer nosotros al canal de televisión era mostrarlo por redes sociales y eso fue parte de la estrategia, nos dio espacio para posicionarnos como un medio de comunicación. (Comunicación personal, 2025)

Respecto al apartado de la frecuencia con la que los periodistas deportivos que laboraron en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024 utilizaron las herramientas de comunicación, la muestra en un 100 % argumentó que fue y se mantiene constante, ya que diariamente recopilan información para brindar datos estadísticos o bien para conseguir una referencia investigativa.

Un ejemplo de dicho uso diario lo mencionó la periodista Melissa Alvarado (2025) quien argumentó que suele adentrarse a la información compartida por medio de las tecnologías de comunicación e información cada hora, puesto que las ediciones deportivas en los noticiarios son más estrechas o cortas en la actualidad. Por tanto, ejecutar un resumen de una duración aproximada de sesenta segundos es la opción más viable, y para el desarrollo de dicha recopilación de noticias, suele revisar las TIC como redes sociales y plataformas digitales para llevar a cabo la recolección de las noticias tanto nacionales como en otros sitios fuera de Costa Rica.

La comunicadora Alvarado (2025) indicó lo siguiente al consultarle sobre el nivel de frecuencia de uso de las tecnologías de comunicación e información:

Para mí es casi que por hora, porque ahora las secciones deportivas son más estrechas, dan menos tiempo, por lo que hay que agilizar la cantidad de información que intentamos darle al televidente, entonces nosotros lo que ideamos fue hacer un combo que dure un minuto y contar lo más importa revisando nacional e internacional que usted pueda informarle a la gente, en un minuto intentamos meter al menos 7 informaciones diferentes, pero eso me lleva a mí a estar a cada rato revisando las redes, para ver si salió algo o ver si la información que ya tenía se añejó y más bien ver otra que ya esté actualizada de esa información que yo iba a tirar.

Diría que puedo visitar alrededor de unas quince veces en tres horas la herramienta de “X” porque me parece que se actualiza constantemente y me parece que uno debe estar muy atento a lo que se esté manejando, porque son informaciones importantes y en lo que usted está esperando a que las comparta un medio de comunicación, muchas veces los periodistas, en sus perfiles profesionales, tiran la información y minutos después las van enlazando con las páginas de los lugares donde trabaja.

Es de inmediatez y donde hay que estar prácticamente cada diez minutos el estar pendiente de las redes sociales. (Comunicación personal, 2025)

Mariela Jiménez (2025) también indicó que la frecuencia de uso de herramientas de tecnologías de comunicación e información es constante durante todos los días de las labores informativas de los periodistas y no solo para efectuar notas periodísticas, sino para que los comunicadores se mantengan informados de la actividad deportiva, con el fin de compartir dichos datos a la audiencia posteriormente a su observación y verificación de los datos.

Jiménez explicó lo siguiente: “Constante, eso es prácticamente 24/7. Porque se usa a diario y en todo momento, no solo para producir notas, sino para informarnos de una u otra forma” (comunicación personal, 2025).

Por su parte, Montenegro (2025) mencionó que la frecuencia de uso que suele tener referente a las tecnologías de comunicación e información es de todos los días, ya que independientemente del mecanismo que se utiliza para compartir información, se complementa con el uso de herramientas TIC, como es el caso de las redes sociales.

Montenegro (2025) compartió lo siguiente referente a su frecuencia de uso de las tecnologías de comunicación e información para la elaboración de materiales periodísticos:

Todos los días, porque hoy es un medio más, digamos si vos trabajas en radio tienes que tener contacto con redes sociales, igual si trabajas en televisión, también si trabajas en prensa escrita. Hoy es un 360, yo creo que hoy no existe un medio de comunicación totalmente definido, sino que existe la variabilidad de formatos y uno de ellos son las redes sociales. (Montenegro, entrevista de profundidad, 2025)

Daniel Quirós (2025) por su parte, mencionó que la frecuencia de uso de las tecnologías de comunicación e información es cotidiana y brindó un ejemplo en el cual se estaba llevando a cabo un partido de fútbol de la UEFA Champions League, el cual lo estaba observando a través de la televisión, sin embargo, por medio de herramientas tecnológicas como las redes sociales, se puede complementar la información de este evento deportivo con estadísticas o datos en la web referente a alguno de los equipos.

Quirós indicó lo siguiente:

Creo que es una cuestión cotidiana, casi que constante, por ejemplo, recién acaba de finalizar el Arsenal vs Paris Saint Germain y aunque tuve el acceso para poder observar el partido por la televisión o el cable, inmediatamente uno hace acceso a la tecnología por medio de redes sociales y demás para poder encontrar detalles en cuanto a los partidos, a la estadística o a la historia de ese tipo de encuentros, entonces casi que hoy por hoy en la actividad deportiva que uno cubra, la tecnología es vital y da elementos de información valiosos para complementar lo básico, para darle un mayor realce a algunas cosas sobre la información básica. Ahora usted

tiene el acceso tecnológico inmediato para crear una información más completa y veraz. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente en este apartado, Carlos Serrano (2025) comunicador de Deportes Repretel, indicó que la frecuencia de uso de las tecnologías de comunicación e información es de todos los días, pero considera que no es el método más acertado al momento de efectuar notas periodísticas, sino que deben utilizarse como un complemento.

Serrano (2025) explicó lo siguiente respecto a su uso de tecnologías de comunicación e información:

Diario, todos los días, siempre trato de apegarme a eso. A pesar de que se usan a diario, no me parece que es el método más acertado para tener el 100 % de una nota, es un complemento para la ejecución y la necesidad a la hora de elaborar una nota. (Comunicación personal, 2025)

Con base a lo mencionado por los comunicadores deportivos que laboraron en los medios de comunicación previamente establecidos, para la recopilación de los datos que saldrán en los diferentes noticieros, así como en las plataformas de extensión, la clasificación del tipo de herramientas que utilizaron y sus respectivos usos corresponden a los siguientes:

- Repretel: página web de la institución donde se tiene acceso a las diferentes noticias, perfiles de redes sociales como Facebook, Instagram y X donde se comparte información, así como el desarrollo de interacción con los usuarios, plataformas de difusión de materiales audiovisuales y datos que las instituciones suministran por dichas vías como son el caso de Whats App y herramientas de edición de audio y vídeo.
- Teletica: página web del medio para efectuar notas periodísticas, las cuales se pueden observar por medio de internet, perfiles de redes sociales en los que se comparten las notas previamente desarrolladas en la plataforma en línea del medio, así como la generación de nuevos seguidores en dichos perfiles a través de la difusión de materiales audiovisuales para dichas redes como Facebook o Instagram y el complementar información con datos que se recopilan a través de dichas herramientas comunicativas. Adicionalmente, se efectúa la recolección de información deportiva internacional por medio del internet y plataformas de medios e instituciones deportivas extranjeras.

- Tigo Sports: el medio comparte información referente al deporte incorporando las redes sociales, entre ellas Facebook, Instagram y X, en las cuales se administran clips de las transmisiones en televisión de temas tanto nacionales como internacionales. Además, el medio da uso de la plataforma de vídeo YouTube, donde lleva a cabo transmisiones en vivo cuando el programa de Tigo Sports Radio está en vivo, con el objetivo de que los usuarios que no pueden escuchar el programa a través de una emisora u observarlo por medio de una televisión, cuenten con otra opción para mantenerse informados respecto a lo que se menciona de la actividad del deporte en dicha alternativa.

A través de la recopilación de las respuestas brindadas por la muestra distribuida en los comunicadores deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports respectivamente, se observa que en dichos medios se recopilan datos periodísticos referentes al deporte a través de las tecnologías de comunicación más recientes, como son el caso de Whats App o Telegram en la que las entidades deportivas administran la información a los comunicadores de una manera más rápida y consecutiva al estar incorporados en un mismo sitio con los colegas.

Además, los medios de comunicación televisivos introducen las plataformas que utilizan su público meta con el fin de concretar un contenido para dichas redes sociales y que los usuarios puedan consumir en todo momento sin depender de lo mostrado en televisión, ya que dependiendo de la hora del día, las personas no cuentan con el tiempo necesario para observar los noticieros deportivos, y, por lo tanto, el efectuar vídeos de extensiones cortas para las redes sociales de los medios otorgan una mayor visualización e interacción para estos.

Análisis de las percepciones de los periodistas respecto al desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de las tecnologías de comunicación e información

Respecto al apartado que abarca el objetivo específico número tres, los sujetos entrevistados correspondientes a la muestra indicaron en un 100 % que la incorporación de las tecnologías de comunicación e información tuvo una intervención directa en sus estrategias para el desarrollo de información periodística a nivel deportivo, así como para compartirlas ante el público general en la televisión.

Andrés Chaves (2025) periodista deportivo, argumentó que el incorporar las tecnologías de comunicación e información en su espacio laboral, le ha permitido convertirse en un comunicador que desempeña más de una labor como lo es la redacción de notas informativas.

Chaves (2025) mencionó lo siguiente respecto a las habilidades y capacidades que ha adquirido con el uso de las TIC:

Hacerme un profesional más completo, darme más posibilidades de donde desenvolverme, porque si me quedo en cómo redactar una nota de prensa o en cómo hacer una nota de televisión, no puedo evolucionar en otros campos y mis posibilidades para desenvolverme como profesional. (Comunicación personal 2025)

Adicionalmente, Daniel Quirós (2025) indicó que si bien por la evolución en el apartado tecnológico y la recopilación tan rápida de información que se da en la actualidad ha ocasionado que las noticias exclusivas en los medios de comunicación se hayan reducido y eso genera una mayor competencia, las tecnologías de comunicación e información permiten facilitar la inmediatez para la obtención de datos, los cuales permiten ajustar o argumentar de una forma más eficientes los trabajos informativos por parte de los comunicadores deportivos.

Quirós (2025) mencionó lo siguiente:

Te facilita el tener la información a la mano de manera más inmediata, esa inmediatez es fundamental, si bien ha generado cierta competencia porque ya no hay tantas exclusivas como antes, porque en el momento en el que surge una noticia ya todo el mundo se enteró de ella, entonces ya no es aquello que uno guardaba la noticia tres horas y la sacaba en la edición vespertina de Telenoticias.

En lo particular me ha ayudado a reforzar la elaboración de notas con mayor sustento, está en la mano de todos poder complementar una nota que antes no teníamos los elementos porque no había cómo acceder a ellos, ahora te metes a las redes sociales o al internet gracias a la tecnología y rapidito puedes hacer una nota de la que tenías pocos elementos bastante sustentada. (Quirós, entrevista de profundidad, 2025)

José Alberto Montenegro (2025) periodista deportivo que actualmente labora en el medio de comunicación Tigo Sports, argumentó que las mejoras en las habilidades y capacidades al incorporar las tecnologías de comunicación e información en sus labores como comunicador se

pueden ver reflejadas cuando el mensaje que se comparte por plataformas como las redes sociales es claro y conciso, así como relevante, sin perder el apartado de entretenimiento dirigida al ciudadano que busca informarse sobre temas y actividades deportivas; además, el contenido de las transmisiones deportivas que se incorporan a las plataformas o redes sociales, no debe ser muy extenso y se debe encontrar la manera óptima para que al compartir el material informativo, resulte interesante para el espectador.

Montenegro dijo lo siguiente:

Creo que hoy las redes sociales tienen un elemento y es que el mensaje debe ser muy conciso, muy consistente, tienes que decir algo puntual, útil y entretenido, tienes que generar una reacción en la gente y mucho del contenido de redes sociales hoy yo creo que debe ser corto, conciso y a partir de ahí mostrarlo de la manera más entretenida para la gente, que creo que es vital. (Comunicación personal, 2025)

Las habilidades y capacidades de los periodistas deportivos, según lo indicado por Alvarado (2025) pueden verse impulsadas o mejoradas por medio de la añadidura de las nuevas tecnologías de comunicación e información, ya que páginas deportivas desarrolladas por medio de perfiles de redes sociales como Facebook e Instagram comparten información que en su mayoría se comparte en muchos medios de comunicación, pero tienen un apartado diferenciador que permite que los espectadores tengan un mayor interés por la forma en la que se comparte la noticia.

Alvarado (2025) mencionó lo siguiente respecto a las posibles mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas deportivos al utilizar las tecnologías de comunicación e información:

Podemos ser periodistas más ágiles. A mí me gusta seguir una página en Instagram que se llama El mundo.es y comparten informaciones que generalmente ya leímos en otro lugar, pero ahora se están dando formas tan diferentes de informar ese tipo de acontecimientos, con fotos, imágenes, letras, frases que son muy llamativas.

Considero que esas nuevas tecnologías y formas de darle la información a la gente, es lo que marca la diferencia, porque la información sobre que un carro chocó todo el mundo la va a dar, pero la forma en la que usted le llega a las personas, del por qué se dio, que provocó que se diera, eso es lo que marca la diferencia. (Comunicación personal, 2025)

Carlos Serrano (2025) indicó que una de las habilidades que desarrolló por medio de la incorporación de las tecnologías de comunicación e información corresponde a presentar un mayor cuidado respecto a las informaciones que se comparten en las plataformas digitales, con el fin de identificar las *fake news* y, por lo tanto, evitar su respectiva propagación mediante la red.

Serrano (2025) mencionó lo siguiente respecto a la habilidad que desarrolló mediante el uso de las tecnologías de comunicación e información: “Diría que obtener un mejor entendimiento de lo que es real y lo que es falso, de las *fake news* y en donde está la verdadera noticia. Un mejor entendimiento de cuáles sitios puede ser fraudulentos”. (Comunicación personal, 2025)

Otro comunicador que brindó su punto de vista respecto a sus mejoras en las habilidades y capacidades al utilizar las tecnologías de comunicación e información en sus tareas laborales fue Alexander Gaitán, periodista que trabaja en la actualidad para el medio de comunicación televisivo Repretel. Gaitán indicó que uno de los puntos que mejora el uso de las TIC corresponde a tener un mayor juicio de los hechos, así como de datos para incorporar en una nota informativa, ya que a pesar que en internet se comparta una información relacionada al rendimiento o logros de un deportista en concreto, existe un margen de error del cual el comunicador debe estar en alerta para no compartir dicho dato equivocado, sino contrastarlo con otras notas que se hayan generado en torno al tema y de esa forma dar con la estadística correcta.

Gaitán explicó su opinión de la siguiente manera:

Hoy estamos imbuidos en un mar de información, entonces hay que aprender a desarrollar el tema de juzgar hechos, del juzgar datos, eso a veces es muy subjetivo, pero al final de cuentas es una habilidad que usted tiene que desarrollar, porque hay un mar de información y datos y no necesariamente todos los datos que usted encuentra en el internet y las redes sociales puede ser de una fuente confiable como para que usted pueda nutrir sus contenidos porque alguien en una red social puso que “X” jugador llegó a 500 goles no necesariamente es así porque así es, entonces hay que eventualmente hacer un juzgamiento de dónde proviene.

Procesar más rápido los datos es una habilidad que también tiene que desarrollarse, por lo que mencionaba anteriormente, hoy se exige que todo sea más rápido, que los contenidos sean más actuales, la información transcurre en el momento, la gente quiere informarse en el ya; entonces también exige esa capacidad de reacción de una manera más rápida, que si

usted tiene que hacer una nota no va a llevarse medio día para hacerla, quizá tenga treinta minutos o una hora y ya estará en contenido televisivo al aire y a través de redes sociales para todo el mundo.

Esa capacidad de poder sintetizar datos, de dar datos correctos, de hacer una escogencia de los datos verídicos para algo en específico, es una habilidad que tiene que desarrollar y tiene que desarrollarla bajo presión y contra el tiempo. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, la comunicadora Mariela Jiménez (2025) mencionó que una de las habilidades y capacidades es fortalecer el uso de las redes sociales en el medio de comunicación en el que labora y a través de un mayor entendimiento de dichas plataformas, los comunicadores pueden generar diversos enfoques para diferentes grupos de personas.

Jiménez (2025) indicó lo siguiente respecto a las habilidades y capacidades con la implementación de las TIC:

Siento que al menos en el medio en el que estoy fortalecemos el uso de las redes sociales, por ejemplo, hace poco intentamos hacer una reacción en vivo por YouTube del sorteo de la Copa Oro, que es algo que llama la atención hoy en día. Si bien hay un nicho muy grande de personas de cuarenta años para arriba, a los jóvenes también les gusta el deporte y el fútbol, pero ven al fútbol más allá de lo deportivo, sino como un entretenimiento, entonces por medio de las redes sociales se logra llegar a este público. (Comunicación personal, 2025)

Con base en lo mencionado por los entrevistados, las tecnologías de comunicación e información le brindan no solo herramientas para el desarrollo de trabajos más sofisticados a los comunicadores, sino criterios para la selección de datos para la elaboración de materiales informativos.

Dicha capacidad para efectuar la selección de los datos más equilibrados para su respectiva presentación al público es facilitada por medio del uso de las tecnologías de comunicación e información, las cuales almacenan los datos y el comunicador genera ese juicio de verificación, además, ciertas herramientas conforme son actualizadas, otorgan la posibilidad de indicar cuáles datos son más concretos con más eficacia.

Adicionalmente, de acuerdo con los resultados de la muestra durante el estudio, las tecnologías de comunicación e información, no solo permiten que se presente una mayor facilidad para la

recolección de datos deportivos, sino brindan a los comunicadores la oportunidad de concretar nuevos formatos tanto escritos como audiovisuales al momento de compartir dicha información con el público, como es el caso de las plataformas de transmisiones en vivo como YouTube o Twitch, lo cual es un beneficio tanto para el medio al aumentar la audiencia, así como para el comunicador al darse a conocer y recopilar nuevas habilidades como periodista utilizando las TIC en sus labores.

Indagación sobre los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024:

La muestra recolectada para la investigación argumentó una serie de opiniones respecto a los aspectos positivos y negativos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información durante el segundo semestre del 2024, así como su respectiva opinión referente a las posibles amenazas a las que se ven expuestos los comunicadores en caso de no utilizar las TIC. Según lo indicado por Serrano (2025) el manejo en las tecnologías implica una mayor facilidad en el apartado del reporte para los comunicadores, sin embargo, esto representa también en tener un manejo de la veracidad de la información que se comparten en las plataformas web, ya que los datos que se incluyen en las páginas web pueden presentar un promedio de error que puede llegar a afectar de manera negativa a la formación de una nota periodística o trabajo informativo.

Serrano manifestó lo siguiente referente al manejo de datos sobre las tecnologías de comunicación e información:

Hay una trascendencia importante, porque está la presencia y ahora el reporte se ha facilitado. No obstante, hay un detalle en la veracidad de los datos y la complicación que puede existir con eso, porque las páginas web tienen un promedio de error que puede generar la alteración de una nota periodística y es donde se tiene que verificar las fuentes con la documentación que han recabado los periodistas y estadígrafos. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, la comunicadora deportiva Mariela Jiménez (2025) menciona que el incorporar las tecnologías de comunicación e información durante sus labores como periodista en el medio televisivo Repretel, le permite tanto a ella como al canal obtener un mayor alcance

del público, así como tener una mayor claridad sobre los diferentes rangos de edad que están presentes en las transmisiones relacionadas al deporte.

Jiménez indicó lo siguiente:

Aumentar el alcance del público y también variarlo, porque tenemos claro los nichos a los que queremos llegar, pero es importante diversificarlo, hay gente a la que le interesa qué pasó en el partido y a los jóvenes les interesa más complementarlo con el entretenimiento, entonces sería el aumentar la audiencia y diversificarla. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, Melissa Alvarado (2025) comunicadora que comparte información periodística referente a la sección deportiva en el medio de comunicación televisivo Teletica y, quien argumentó utilizar de manera constante las tecnologías de comunicación e información para efectuar sus respectivas labores como periodista, mencionó que las TIC buscan la agilización al momento de compartir noticias, entre ellas aquellas categorizadas en el apartado de última hora o último momento.

Alvarado (2025) mencionó lo siguiente referente a las TIC y su respectiva búsqueda de agilizar la transmisión de información a los diferentes usuarios:

Buscar agilizar, buscar informar a un más a tiempo, ahora incluso con tantas herramientas, si hay una noticia de último momento, uno puede hacer enlaces o transmisiones en vivo por medio de las redes sociales y las personas se informan de una vez, eso es inmediatez.

Me parece que todos hemos ido por el mismo camino, de tener esas habilidades y capacidad de aceptar que la tecnología llegó para ayudarnos y aprovecharla. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, se les consultó a los comunicadores deportivos si consideraban que las tecnologías de comunicación e información podían significar un apoyo o una posible amenaza para la profesión del periodista, a lo que argumentaron respuestas variadas, entre ellas que puede ser una ventaja al tener presente herramientas que facilitan la recopilación de información, pero que también las TIC se pueden presentar como amenazas para la labor periodística al no contar con el 100 % de veracidad de los hechos; por lo tanto, si los comunicadores comparten cualquier tipo de información que se haya recopilado en una plataforma perteneciente a las tecnologías de comunicación e información, pueden exponerse a

mencionar una información incorrecta y estar expuesto a situaciones como pérdida de credibilidad por parte de la audiencia e incluso a un llamado de atención o posible sanción dentro del medio de comunicación.

Tomás Fonseca (2025), comunicador deportivo que labora en el medio televisivo Tigo Sports, mencionó que las tecnologías de comunicación e información brindan la posibilidad de no depender únicamente de los datos que se comparten a través de dicho canal, sino que por medio de las plataformas digitales, los periodistas pueden encontrar diversas maneras para comunicar; sin embargo, la amenaza está presente para aquellas personas que no lleguen a comprender cómo funcionan los apartados digitales, así como no adaptar su estilo a los medios más recientes.

Fonseca (2025) indicó lo siguiente:

Las dos, puede ser un apoyo, una herramienta fundamental, así como una terminal de llegada mucho más grande de la que podría tener un medio tradicional, tener la posibilidad de no solo depender del canal o de la institución para decir cosas, hablar cosas e informar cosas, pero a la vez puede ser una amenaza, porque quién no logre reconvertirse en el apartado digital o que no logre entender los códigos de conversación que están en este tipo de espacios o que no logre tener llegadas por esas vías o no adaptar su estilo; puede quedar afuera del circuito. (Comunicación personal, 2025)

Alexander Gaitán (2025) describió que las herramientas pertenecientes a las tecnologías de comunicación e información son en su mayoría para un beneficio dirigido al comunicador más que una amenaza; por un lado, los comunicadores consideran que las TIC pueden llegar a afectar a la labor del periodismo, por otra parte si son bien aprovechadas, las tecnologías de comunicación e información le permiten a los periodistas llevar a cabo sus labores de una forma más eficiente dentro de una sala de redacción o televisora.

Gaitán (2025) opinó lo siguiente:

Creo que se va a convertir en un apoyo, al final de cuentas todos somos comunicadores, con las herramientas tecnológicas o sin las herramientas tecnológicas. A mí en lo personal me ha tocado vivir con el tema de esa transición cuando por ejemplo la televisión era análoga,

cuando tenía que trabajar con casetes y hasta transmitir un partido con un Live View y grabar en archivos de vídeo.

Si bien es cierto para un sector haya un temor de que las herramientas tecnológicas vayan en contra del periodista o del periodismo, yo creo que más bien es todo lo contrario, bien aprovechadas se convierten en espacios para que usted desde la redacción pueda tener más herramientas o en su defecto para que usted pueda capacitarse en este tipo de herramientas tecnológicas y les abra las puertas a nuevas posiciones para el comunicador. (Comunicación personal, 2025)

Por su parte, Daniel Quirós (2025) indicó que las tecnologías de comunicación e información permiten verificar noticias que se recopilan en las plataformas digitales y redes sociales, pero que, de no confirmarlas, pueden ocasionar que las informaciones que comparten los comunicadores sean incorrectas.

Quirós explicó lo siguiente:

Es una muy buena pregunta, porque tiene las dos partes. Yo creo que en todas las cosas de la vida siempre hay una parte, pero hay otra. Tiene el beneficio de que nos ayuda a poder tener la tranquilidad de certificar la información que nos está generando y de darle mayor sustento, peso y profundidad, pero por otro lado puede que, si no se maneja de buena manera, dar el chance de caer en el error y de cometer situaciones que ya han pasado anteriormente. Te pongo un ejemplo, un periodista de la Nación hace muchos años, que por medio de las redes sociales sustentó una nota que sacó en la Nación y le faltó verificarla bien y dio el nombre de un supuesto técnico que venía al Deportivo Saprissa y resulta que era un trabajador de Repretel. La tecnología te abre opciones para que se te pueda facilitar el trabajo, pero también puedes caer en el engaño. (Comunicación personal, 2025)

Adicionalmente, la comunicadora Mariela Jiménez (2025) explicó que las tecnologías de comunicación e información tienen la ventaja de compartir los datos de forma inmediata, pero no están exentas de contener las denominadas noticias falsas, por lo que puede ser una amenaza para aquellos comunicadores que no verifiquen las fuentes.

Jiménez (2025) explicó lo siguiente:

Para mí es ambas, por un lado, hay aspectos positivos para los comunicadores, como lo es informar, informarnos y también tener datos de forma inmediata y que puede ser muy relevante, pero puede ser contraproducente o una amenaza cuando se da la desinformación o reproducción de noticias falsas, que eso es muy común, además que uno como comunicador cuando usa su imagen personal, debe tener mucha cautela con lo que publica en redes sociales, porque puede ser utilizado negativamente. (Comunicación personal, 2025)

José Alberto Montenegro (2025), periodista deportivo que labora en el medio de comunicación Tigo Sports, mencionó por su parte que las tecnologías de comunicación e información corresponden a un apoyo, pero la amenaza puede estar presente si el periodista llega a pensar que las tecnologías llevarán a cabo su trabajo y no tener presente a las TIC solo como una herramienta de apoyo.

Montenegro (2025) argumentó lo siguiente:

Para mí es un apoyo, amenaza sería si el periodista no hace su trabajo, el periodista no debe utilizar las redes sociales como un fin, sino como un medio, es decir, las redes sociales deben ser una herramienta más para comunicar el trabajo que hizo el periodista, las redes sociales no deben hacerle el trabajo al periodista. Ahí es donde está la gran diferencia y muchas veces se convierte en una amenaza, porque el periodista sentado en un escritorio simplemente recopila información de redes sociales y no la busca y ahí es donde está la gran diferencia. (Comunicación personal, 2025)

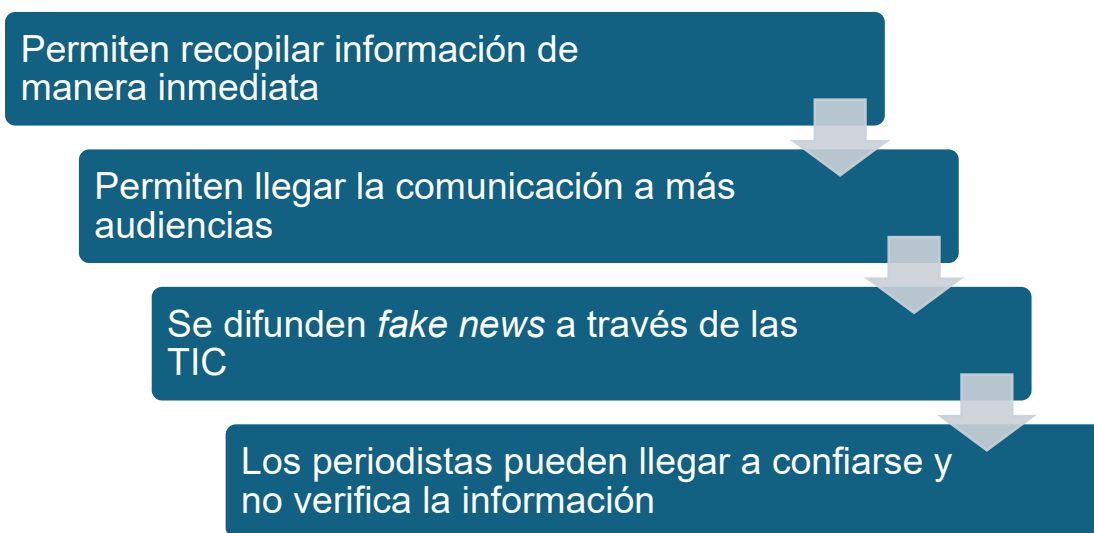
Otra comunicadora que brindó su punto de vista respecto a si las tecnologías de comunicación e información corresponden a un apoyo o una amenaza para la profesión del periodista fue Melissa Alvarado (2025), quien indicó que las TIC pueden ser excelentes pero también negativas para ejercer el ejercicio de la comunicación, pero la decisión de la persona que busca informarse por medio de las plataformas digitales repercute en el significado de apartado positivo o negativo de las tecnologías de comunicación.

Alvarado (2025) dijo lo siguiente:

Creo que pueden ser las dos, pero creo que el trabajo y decisión de la persona que quiera informarse es lo que termina pesando, porque de no ser periodista, yo buscaría a un medio de comunicación serio que me informe sobre lo que yo quiero conocer.

Si yo simplemente le pongo oídos a prácticamente todo el mundo, no me interesa investigar si es una persona que miente o no, si da datos faltos y quiere ser alarmista, yo también termino siendo responsable porque le puse oídos a una persona que no es seria con lo que está haciendo. Es un trabajo de todos, pero si se quiere una información seria consulto las fuentes. (Comunicación personal, 2025)

Figura 4: Opiniones de los comunicadores sobre el apoyo o amenaza de las Tecnologías de la Información y comunicación en la profesión del periodismo



Fuente: elaboración propia, 2025

Además, la muestra recolectada indicó que los comunicadores actuales deben mantenerse actualizados en conocimientos de herramientas de comunicación e información, ya que, en caso de no contar con datos relacionados en este apartado, existe la posibilidad de ser rezagado dentro del gremio periodístico que constantemente solicita tener las últimas tendencias para generar nuevas estrategias comunicativas.

Carlos Chinchilla (2025) periodista deportivo que trabaja actualmente en Repretel, mencionó que, si el comunicador deportivo no se acopla a los nuevos tiempos y por lo tanto a las nuevas tecnologías de comunicación e información, el mismo sistema o grupo de comunicadores, hace de lado al periodista, al no desarrollar sus habilidades comunicativas en conjunto con las herramientas tecnológicas.

Chinchilla explicó su punto de vista:

En palabras sencillas, te quedas en el camino. Yo tenía un jefe que solía decir que, si uno no se acopla, el mismo sistema te va sacando, entonces el no tener la posibilidad de desarrollarse con el uso de las tecnologías te va dejando atrasado. (Comunicación personal, 2025)

Andrés Chaves también mencionó que la amenaza se puede presentar para los periodistas que no cuentan con un nivel o porcentaje óptimo relacionado al uso de las tecnologías de comunicación e información y que se inclinan a mantener el formato de periodismo tradicional de hace unos años: “Para los que se quedan rezagados y piensan que el periodismo de hoy debería ser igual al de hace 20 años, hoy en día las tecnologías de la comunicación deberían ser algo básico” (Comunicación personal, 2025).

Serrano (2025), por su parte, indicó que, si los comunicadores desean tener oportunidades para desarrollarse en el mercado de trabajo y, por lo tanto, no quedarse rezagados, deben tener conocimientos constantes de las TIC:

Los cerros de aprendizaje cada vez van aumentados y si usted como periodista deportivo quiere ir siempre apegado tiene que ir actualizándose todos los días, me parece que la consecuencia para los que no se adaptan es que el mismo mercado laboral los va a ir dejando de lado si no se adaptan a esos grandes cambios que traen las nuevas tecnologías de información. (Comunicación personal, 2025)

José Alberto Montenegro (2025) también brindó su punto de vista respecto a cómo se pueden ver afectados los comunicadores deportivos en caso de no incorporar el uso de las tecnologías de comunicación e información en sus tareas en los diferentes puestos de trabajo en una empresa de comunicación. Montenegro mencionó que el no acercarse a estas nuevas tecnologías que se han incorporado a lo largo del tiempo, puede concluir en una visualización pequeña o nula de los contenidos de un periodista, ya que en la actualidad las noticias no solo se comparten en los

noticiarios televisivos, sino que se almacenan en las plataformas digitales y redes sociales; además, el no utilizarlas puede significar el desaprovechamiento de la posibilidad de monetización, que permite la llegada de un ingreso económico adicional, ya sea para el propio comunicador por medio de su perfil en plataformas como YouTube o del medio de comunicación tanto en la red social anteriormente mencionada, así como en Facebook, Twitch o Kick.

Montenegro dio su opinión acerca de no utilizar las TIC para labores periodísticas:

Te vuelves un dinosaurio, tus contenidos difícilmente se van a ver, hoy lo que ha cambiado es el vehículo mediante el cual comunicas y en eso las redes sociales son fundamentales, incluso son una manera de monetizar, es decir, de conseguir dinero para los medios de comunicación y ahí es donde yo creo que, si no te actualizas, empiezas a ser desplazado. (Comunicación personal, 2025)

Finalmente, para Melissa Alvarado (2025) si el comunicador en la actualidad no busca la forma o camino para llevar a cabo estudios o investigación relacionados con el funcionamiento de las tecnologías de comunicación e información, puede verse afectado por estancamiento; por lo tanto, puede llegar a dejar de ser importante para el medio de comunicación que representa o busca representar:

Creo que uno tiene que saber hacer absolutamente de todo. Si usted no amplía sus horizontes o sus conocimientos, usted se va a estancar y terminar siendo una persona que no le sirve tanto a su empresa y en medio de un momento donde hay tanta competencia uno tiene que saber de todo, editar, grabar, si se topa en un momento donde tiene que utilizar la tecnología tiene que ser amigable con ella y hay que estar abiertos a utilizarla y saber utilizarla (Comunicación personal, 2025).

En los tiempos actuales, la incorporación de la tecnología es fundamental en las diferentes labores que existen, entre ellas el periodismo deportivo, en los que la forma en la que se comunica y se transmite la información cambia constantemente, ya que la población busca que lo que está ocurriendo sea mencionado lo más detallado posible, pero con formatos novedosos, que no continúen con las normas habituales de comunicación, para añadir herramientas y estrategias que le brinden una frescura a la noticia más reciente de sus deportistas favoritos. Es

por ello por lo que, con base en las indicaciones brindadas por la muestra, se refleja la ausencia del uso de las tecnologías de comunicación e información para el desarrollo de los trabajos periodísticos conlleva a un aspecto negativo considerable dentro de la profesión de la comunicación, que corresponde a un rezago significativo ante colegas que tengan un mayor entendimiento de dicho apartado. Como resultado, dichos comunicadores serán más atractivos para los medios al incorporar nuevas formas de comunicar en las extensiones de los medios de comunicación como en sus perfiles de redes sociales, y aquellos que no presentan gusto ni entendimiento de las TIC, por tanto, perderán oportunidades tanto de crecimiento personal, como de mejoría en su perfil profesional ante los medios comunicativos.

Capítulo V Conclusiones y recomendaciones

Esta investigación contó con el objetivo principal de analizar el uso de las tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024. Para efectuar dicho análisis, se desarrolló una serie de entrevistas de profundidad dirigidas a comunicadores deportivos que laboraron en dichos medios de comunicación, así como en el periodo establecido, a través de respuestas que contestaran a las consultas de investigación y de esa forma alcanzar de manera eficiente los objetivos propuestos.

5.1 Conclusiones

Una vez efectuadas tanto las entrevistas de profundidad dirigidas a los periodistas deportivos que laboraron en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024, así como la recolección de datos complementarios encontrados a través del análisis documental, se puede llegar a la determinación que las tecnologías de comunicación e información repercuten significativamente en el perfil del periodista deportivo, no solo en sus funciones habituales, sino en el apartado de la televisión.

Con respecto al objetivo específico número uno, el cual corresponde a “determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024” los comunicadores en un 98 % no recibieron capacitaciones recientes respecto a las TIC, lo cual refleja que, si bien los medios de comunicación buscan que sus empleados en el apartado del

periodismo cuentan con conocimientos respecto a las nuevas plataformas para compartir información en el mercado, en su mayoría, no brindan o buscan formas para aumentar dicho aprendizaje en sus periodistas.

Se ha determinado que para el comunicador actual es esencial, no solo en la faceta deportiva, sino en el periodismo convencional, buscar información relacionada a los cambios en las estrategias para compartir información a la población por medio de las plataformas digitales, páginas web y otras tecnologías de comunicación e información. En consecuencia, los medios también deben ofrecer a sus empleados capacitaciones actuales sobre las TIC con el objetivo de brindarles un mayor conocimiento respecto a las nuevas tecnologías, para favorecer tanto a los profesionales como al propio medio de comunicación; sin embargo, con la información recopilada en las entrevistas de profundidad, solo el 2 % de la muestra indicó que recibieron una capacitación, lo que refleja el poco o nulo interés por llevar a cabo capacitaciones en este apartado.

Figura 5: Capacitaciones que han recibido los periodistas deportivos sobre Tecnologías de la Información y Comunicación



Fuente: elaboración propia, 2025.

Respecto a lo planteado por medio del objetivo específico número dos que corresponde a “describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024” los periodistas utilizaron tanto plataformas digitales como redes sociales, las cuales pertenecen a la rama de las tecnologías de comunicación e información, con el objetivo de concretar un trabajo informativo sobresaliente para el espectador en la televisión, pero del cual se puede obtener material para subir a otras plataformas digitales que utilizan los usuarios en su día a día para informarse, como lo son Facebook, Instagram o YouTube.

El uso constante de las tecnologías de comunicación e información por parte de los comunicadores deportivos demuestra que el periodista actual debe estar actualizándose respecto a las herramientas que se incorporan en la actualidad para buscar otras estrategias al momento de compartir noticias, entrevistas, reportajes o coberturas.

Los comunicadores en la actualidad no solo utilizan programas de edición para la generación de entrevistas o notas informativas, sino que también usan redes sociales como Facebook, Instagram o YouTube para compartir las transmisiones televisivas en un canal abierto y a través de internet, además de los medios de difusión utilizados tanto por instituciones deportivas como dentro de los propios canales televisivos al momento de informar anuncios relacionados a movimientos dentro de clubes deportivos, así como las más recientes novedades en torno al deporte.

Asimismo, en el mismo apartado del objetivo específico número 2, se puede concluir que las redes sociales tienen un impacto significativo en los comunicadores deportivos al momento de compartir datos, noticias e información periodística referente al deporte tanto nacional como internacional.

Plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitch, YouTube y X ofrecen a los usuarios una manera más inmediata de obtener información y actualizaciones de lo que ocurre en torno a la actividad deportiva, ya sea a nivel de clubes en disciplinas como el fútbol, baloncesto, voleibol, entre otros, así como de sus atletas favoritos; sin embargo, pese a que dichos datos son fáciles de obtener por medio de las redes sociales, el comunicador se ve en la responsabilidad de la correcta verificación de los datos, ya que a pesar de que las herramientas de comunicación e información facilitan la transmisión de datos de una forma más rápida, existe

un margen de error referente a la veracidad de la noticia, por lo que los periodistas deportivos deberán concretar una adecuada certificación de los datos.

En el apartado del objetivo específico tres, correspondiente a “explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024”, es posible mencionar que la incorporación de las TIC permite que el periodista deportivo actual sea más completo, al poder contar con datos tanto estadísticos, así como con información complementaria para notas y trabajos informativos. Si bien la información que se comparte en el día a día de la labor periodística puede ser similar o directamente la misma, el comunicador puede dar uso a las tecnologías de comunicación e información para efectuar un enfoque no visto sobre la noticia que se compartió por medio de los canales de difusión.

También, una suposición que se puede obtener con base en la opinión de los comunicadores que participaron en el presente estudio, corresponde a que el no mantener o presentar poco o nulo interés sobre las tecnologías de comunicación e información, puede afectar negativamente al comunicador deportivo en la actualidad, ya que se quedaría rezagado respecto a otros colegas en el gremio periodístico; por lo tanto, se reduce las posibilidades de obtener ya sea un puesto mayor dentro del medio de comunicación en el que labora o de encontrar una oportunidad laboral diferente donde soliciten contar con estudios o conocimientos sobre las tecnologías de comunicación e información.

Adicionalmente, la incorporación del uso de ciertas tecnologías de comunicación e información les brindan a los comunicadores la habilidad de tener un mayor criterio respecto a los datos que se comparten en diferentes sitios de almacenamiento, lo que permite que se genere un mayor criterio periodístico por parte de los comunicadores y es un aspecto positivo.

Otra conclusión que se encontró tras la obtención de los resultados compartidos por la muestra, según lo explicado en el objetivo específico cuatro, que corresponde a “describir los aspectos positivos y negativos de las tecnologías de información y comunicación según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024, es que los periodistas deportivos consideran que las TIC brindan una mayor cantidad de aspectos positivos respecto a los detalles negativos, porque destacan principalmente la posibilidad de generar un mayor alcance con las audiencias y, por lo tanto, una mayor interacción.

Una desventaja que consideran con respecto a las tecnologías de comunicación e información, corresponde a la verificación de datos que fueron compartidos a través de estas tecnologías, ya que existe un porcentaje de error en la información que se comparte en internet, como resultado, la falta de confirmación puede conllevar a que la nota o trabajo periodístico sea incorrecto y los comunicadores deportivos podrían exponerse a problemáticas en sus puestos de trabajo, así como disminución en la credibilidad de los datos que comparten por parte de las personas que consumen noticias del ámbito deportivo.

Finalmente, basado en las declaraciones de los periodistas que laboraron en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024, la no incorporación de las tecnologías de comunicación e información para el desarrollo de actividades periodísticas conlleva a un aspecto negativo directo, ya que si los comunicadores no llevan a cabo una actualización constante sobre las nuevas plataformas para compartir información, así como datos sobre las redes sociales en las que se presenta una mayor interacción con los consumidores de noticias, pueden quedarse rezagados ante los colegas de los diferentes medios, así como por las nuevas generaciones de periodistas.

Un aspecto fundamental en la profesión del periodismo consiste en investigar diariamente sobre los diferentes temas sobresalientes para y por las personas, por lo que el estudiar y actualizarse respecto a las tecnologías de comunicación e información con el objetivo de compartir de una forma más eficiente, inmediata y ágil, tiene un papel relevante para que los periodistas presenten no solo un mejor trabajo comunicativo, sino nuevas estrategias al momento de compartir un mensaje a través de las plataformas digitales y herramientas tecnológicas.

5.2 Recomendaciones

Al culminar la sección referente a la obtención de los resultados y posteriormente abordar las conclusiones de estos, se desarrollan una serie de recomendaciones que tienen como objetivo principal incentivar el aprendizaje y capacitaciones sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información, la cual está destinada a los próximos periodistas que se buscan adentrar a la rama del deporte, así como en los medios de comunicación y en los centros de estudio superiores donde se imparte la profesión de periodismo.

Dichas recomendaciones, se explicarán con base en cinco apartados puntuales, los cuales corresponden a consejos enfocados a posibles acciones que pueden realizar los medios de comunicación para el desarrollo de capacitaciones a su respectivo personal referente al uso de las tecnologías de comunicación. Las recomendaciones están dirigidas a los centros de estudio que ofrecen la carrera de periodismo con el fin de implementar cursos o posibles enfoques en licenciaturas enfocadas en las TICS, la elaboración de un manual de comprensión sobre los conceptos de las tecnologías de comunicación e información y el cómo pueden ofrecer diferentes estrategias para comunicar diferentes noticias dentro de los medios de comunicación; asimismo, se dan recomendaciones dirigidas a los comunicadores deportivos que efectúan trabajo de reportaje, tanto actuales como futuros, sobre tipos de herramientas que pueden tener a su alcance para llevar a cabo un trabajo eficiente tanto para el medio al que representan, como para el público que lo consumirá y, finalmente, consejos que pueden considerar los futuros investigadores respecto a las tecnologías de comunicación e información para el desarrollo de nuevas investigaciones en dicho apartado.

- **Recomendaciones enfocadas a los medios de comunicación**

En el apartado referente a los medios de comunicación, en este caso los planteados en el estudio, Repretel, Teletica y Tigo Sports, se les recomienda efectuar una serie de capacitaciones efectuadas por un profesional en el tema, sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información. El desarrollar capacitaciones referentes a las TIC les permitirá a los medios de comunicación a presentar un grupo de comunicadores deportivos más preparados que podrán desempeñar más de una sola labor, entre ellas la edición de material audiovisual, desarrollo de contenido informativo que se publica en las plataformas digitales de dichos medios, así como las redes sociales pertenecientes a estos. Adicionalmente, las capacitaciones reflejan el interés por un progreso en las diferentes instituciones, entre ellas los medios de comunicación, que constantemente buscan maneras por innovar en la industria de la difusión de la comunicación.

De manera adicional, una recomendación que pueden efectuar los directores de los medios de comunicación, o al menos enfocados en la sección deportiva de los mismos, consiste en llevar a cabo un convenio con alguna institución ya sea nacional o internacional en el apartado de las tecnologías de comunicación e información, con el objetivo de que dichas instituciones les brinden

a los periodistas de dichos medios, capacitaciones enfocadas en los usos de las TIC, así como una explicación detallada de las intervenciones directas que tienen dichas herramientas en los perfiles profesionales actuales de los comunicadores deportivos y la forma en la que pueden obtener desde una mayor visualización así como estrategias para desarrollar nuevos proyectos enfocados en la comunicación deportiva, para incorporar el uso constante y actualizado de las tecnologías de comunicación e información.

- **Recomendaciones dirigidas a los centros de estudio universitarios**

Las siguientes recomendaciones son en dirección a los centros de estudios que ofrecen la carrera de periodismo, puesto que, si bien ofrecen en la carrera las asignaturas como periodismo en internet, digitalización comunicativa o periodismo televisivo, no interiorizan directamente en las tecnologías de comunicación e información y su respectivo impacto en los perfiles profesionales de los futuros comunicadores, no solo en la rama deportiva, sino en otras especializaciones dentro de la carrera de periodismo como la economía, política, sucesos y demás ramificaciones.

La primera recomendación en el apartado de las universidades corresponde a incorporar las tecnologías de comunicación e información como uno de los temas por ver en formato de contenido en uno de los cursos que sigan la línea de la tecnología y periodismo, como es el caso de “periodismo en internet”. Al efectuar dicho añadido, el profesorado puede enfocar sus lecciones en el funcionamiento de las TIC destinado para que sus estudiantes incorporen dicho conocimiento a su favor, al momento de llevar a cabo una pasantía en un medio de comunicación y, de esa forma, generar una mayor oportunidad de permanencia en el mismo.

La siguiente recomendación consiste en elaborar una asignatura o curso, tanto que pertenezca a la carrera de periodismo y que se aborde en el programa de título de bachillerato y en la licenciatura, así como curso libre para personas que pertenecen al mercado de la comunicación. El principal objetivo debe ser profundizar en qué son las tecnologías de comunicación e información, el tiempo en que fueron introducidas, cuáles son los aspectos positivos y negativos desde su incorporación en la profesión del periodismo y, principalmente, cómo influyen las TIC en el perfil profesional del periodista en la actualidad, tanto en el apartado de los medios digitales, radiofónicos y televisivos.

Dicha asignatura impartida como un curso libre podría facilitar un certificado de aprovechamiento dirigido a los estudiantes que tomen la materia y, de esa forma, puedan incorporar el certificado en sus hojas de vida. De esta manera, los medios de comunicación, al observar que los comunicadores poseen conocimientos sobre las tecnologías de comunicación e información más desarrolladas y actualizadas hasta el momento propiciarán la apertura de más posibilidades de trabajo.

Adicionalmente, en el apartado de los cursos impartidos en las universidades en las cuales se ofrece la carrera de periodismo, se recomienda capacitar los docentes de los cursos relacionados a la televisión y digitalización del periodismo, con el fin de brindarles la mayor cantidad de conocimientos posibles en dicha área y que estos impartan dichos aprendizajes a las nuevas generaciones de estudiantes que buscan convertirse en futuros comunicadores en el país.

Una recomendación, también enfocada en el apartado académico, consiste en la incorporación de un énfasis de licenciatura en periodismo relacionado a las tecnologías de comunicación e información, con el objetivo de incentivar a los estudiantes a presentar un mayor interés respecto a las TICS, así como brindarles un mayor manejo en dicho tema con la incorporación de profesorado especializado en dichas herramientas tecnológicas y digitales.

El concretar la apertura de una licenciatura en periodismo enfocada en las tecnologías de comunicación e información les permitirá a los estudiantes en la carrera de comunicación especializarse en dicho apartado y, de esa forma, podrían obtener una mayor apertura de oportunidades laborales en el mercado tanto en medios digitales, como en televisivos o radiofónicos.

Siguiendo en la línea de asignaturas que se pueden incluir en la carrera de periodismo, corresponde a las funciones de las redes sociales, las cuales, si bien son compartidas en cursos ya existentes en la profesión de la comunicación, no abarcan todas las herramientas con las que cuentan plataformas como Instagram, TikTok o YouTube. Los comunicadores que adquieran mayores conocimientos sobre formas para editar resúmenes de noticias en los diferentes formatos de videos, el desarrollo de transmisiones en vivo a través de plataformas de Streaming como lo son YouTube o Twitch, pueden desarrollar la información periodística tanto en las programaciones en vivo de los medios de comunicación y complementarse por medio de los trabajos emitidos en los perfiles de redes sociales de los comunicadores.

Una recomendación adicional consiste en concretar una asignatura que se enfoque en el tema de las estrategias para confirmar la información que se almacena en plataformas web y redes sociales, con el fin de brindarle la visión al estudiantado sobre que no todo lo que se comparte por medio del uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información es precisamente correcto, sino que puede existir un rango de fallo. Por lo tanto, queda en la responsabilidad del periodista contrastar la información ya sea comparando con los datos brindados en otras plataformas o bien por medio de la consulta a colegas que pertenezcan a los medios de comunicación previamente mencionados.

Otra recomendación que se puede aplicar para incentivar a la nueva línea de comunicadores deportivos a utilizar las tecnologías de comunicación e información consiste en brindarles charlas educativas en la línea de monetización por medio de compartir noticias a través de las plataformas digitales, es decir, por medio de las herramientas de comunicación e información.

Plataformas como Twitch, YouTube o TikTok brindan la posibilidad de pago por contenido de calidad, por lo que, si los periodistas saben la forma en la que pueden obtener incentivos económicos o los medios de comunicación conseguir un ingreso adicional mediante a la monetización de los canales digitales externos, pueden incentivar su motivación e interés por saber cómo funcionan las tecnologías de comunicación e información.

- **Recomendaciones para incentivar el conocimiento sobre las tecnologías de comunicación e información en nuevos comunicadores**

Una serie de recomendaciones, posterior a la obtención de los datos, corresponde a la incentivación en los nuevos comunicadores que se adentran a medios de comunicación, ya sea para llevar a cabo alguna pasantía o efectuar labores periodísticas para un patrono o medio que lo represente.

Una de estos consejos para incentivar el interés por las tecnologías de comunicación e información consiste en efectuar una serie de notas o reportajes en la que los actuales comunicadores en el país que desempeñen sus labores por medio de las tecnologías de comunicación e información, en los cuales expliquen los aspectos positivos de incorporar las TIC en las labores informativas de los periodistas y cómo esta característica puede ofrecer una mayor apertura a ofertas laborales dentro del gremio de la comunicación, no solo en el apartado deportivo,

sino en el periodismo general, con el objetivo de crear una concientización en las próximas generaciones de periodistas sobre la importancia de utilizar las tecnologías de comunicación e información en una era donde la digitalización toma un rol fundamental al momento de comunicar, pero con la debida responsabilidad de confirmación de los datos.

- **Recomendación respecto a la elaboración de un manual sobre las tecnologías de comunicación e información en los medios de comunicación**

Adicionalmente, una recomendación, basada en la obtención de los resultados mediante el desarrollo de las entrevistas de profundidad, consiste en efectuar un manual dentro de los medios de comunicación de acuerdo con las tecnologías de comunicación e información que se utilicen en dichos sitios. En caso de no existir la posibilidad de llevar a cabo capacitaciones para el personal deportivo, se cuenta con la herramienta escrita del manual que incluya los conceptos básicos de las herramientas que se utilizan para la transmisión de información, la configuración óptima para la renderización de vídeos en el caso de plataformas como TikTok, Instagram o YouTube, entre otras características que pueden venir inscritas en dichos manuales.

Dicho manual podría incluir la introducción a cada tipo de herramienta, una breve explicación de su funcionamiento, los principales programas televisivos en las que se utilizan dichas tecnologías de comunicación e información, las configuraciones con base a la plataforma en donde se van a llevar a cabo transmisiones en vivo como es el caso las redes sociales Facebook, YouTube o Twitch. Además, se podría añadir progresivamente la información sobre nuevas plataformas con el fin de que los nuevos miembros del personal puedan adquirir dichos conocimientos al momento de incorporarse a sus áreas laborales dentro del medio de comunicación.

- **Recomendaciones dirigidas a los comunicadores que llevan a cabo labores de campo implementando el uso de las tecnologías de comunicación e información**

El siguiente apartado corresponde a una serie de consejos dirigidos a comunicadores que llevan a cabo en sus labores del día a día reporteo en diferentes localizaciones, con el fin de añadir el uso de las tecnologías de comunicación e información para facilitar la conexión entre el comunicador y el medio al momento de la transmisión de los datos dirigidos a las personas.

La primera recomendación consiste la utilización de un dispositivo móvil secundario al de los comunicadores, es decir, un artefacto tecnológico que no sea el principal al de la persona

periodista, con el fin de recopilar los contactos o fuentes de información, así como una estrategia para llevar a cabo transmisiones en el campo en escenarios donde se pueden presentar situaciones concretas, como el fallo de alguna cámara del medio de comunicación.

El periodista tiene su respectiva vida privada, por lo que el utilizar un segundo dispositivo que cuente con las herramientas de comunicación e información como lo es un segundo celular o dispositivo móvil, le facilitará el no brindar su número de teléfono principal a todo el mundo, así como el almacenar el contacto de sus fuentes en un sitio específico.

Siguiendo en la línea de lo mencionado respecto a formas de desarrollar transmisiones en los sitios en los que los comunicadores deben trasladarse para una entrevista, como en el trabajo de reporte o cobertura de informaciones de última hora, el contar con un dispositivo móvil adicional les puede permitir dirigirse al lugar de los hechos y compartir la noticia a través del teléfono móvil, y, de esa forma, no dependerán de la llegada de un camarógrafo o personero adicional y, por lo tanto, la inmediatez y frescura de la noticia será mayor.

Adicionalmente, una recomendación para los comunicadores consiste en estar incorporados en los canales de difusión sobre los temas de las que deben efectuar sus coberturas. En el caso de los periodistas deportivos, dichos canales de difusión o grupos informativos corresponden a los de prensa de las instituciones como son el caso de los clubes de fútbol de la primera división, federaciones deportivas y contactos de personeros de instituciones deportivas, ya que muchas de estas instituciones brindan las informaciones más actuales para la elaboración de notas informativas a través de dichas plataformas.

También, los personeros que laboran en el apartado deportivo de los medios de comunicación ya sean televisivos, radiofónicos, digitales, entre otros, pueden llevar a cabo inducciones sobre las tecnologías de comunicación e información de manera online. No siempre existe la posibilidad de realizar estudios presenciales a raíz de temas laborales, así como por la disponibilidad limitada de tiempo para transportarse a un centro de estudios, por lo que se puede investigar cómo funcionan las tecnologías de comunicación e información, por medio de cursos impartidos a través de plataformas como Zoom o Microsoft Teams, y, de esa manera, se obtengan los conocimientos necesarios sobre las TICs, así como una certificación en dicho apartado para adjuntarlo en su hoja de vida.

Finalmente, los comunicadores más sobresalientes en el apartado de las tecnologías de comunicación e información podrían llevar a cabo una serie de capacitaciones respecto al desarrollo de cursos educativos, con el fin de especializarse en el área de la tecnología y su uso en las carreras relacionadas a la comunicación como lo son las relaciones públicas, periodismo o publicidad, y, de esa forma; compartir sus conocimientos sobre las TIC con las nuevas generaciones de periodistas; así se beneficiarán tanto los próximos comunicadores con los aprendizajes que podrán conseguir ya sea en las aulas o en los cursos en línea, así como los profesionales que ofrezcan dichos cursos al obtener una ganancia económica a raíz de la planificación de lecciones y compartir la información que posean referente al impacto de las tecnologías de comunicación e información en el perfil profesional de los comunicadores. Estas acciones facilitan el desarrollo de nuevas formas de edición de material audiovisual, concretar diversificación en la creación de formatos destinados a las nuevas audiencias y sus respectivos gustos, así como la posibilidad de compartir estrategias para el reconocimiento de información concreta por medio de las tecnologías de comunicación e información, es decir, que por medio de las TIC los periodistas lleven a cabo una evolución, como ha ocurrido en la profesión desde sus inicios.

- **Recomendaciones dirigidas a futuros investigadores que presenten interés por las tecnologías de comunicación e información**

Las tecnologías presentan cambios constantes, ya que se incorporan nuevas herramientas en el mercado, por lo que su respectivo estudio por parte de nuevos investigadores conlleva a un papel fundamental. Es por ello por lo que las siguientes recomendaciones van en la línea de brindarle a los investigadores diferentes aristas para efectuar investigaciones sobre las TIC, entre ellas, puntualizar en la incorporación de la inteligencia artificial en las labores periodísticas.

La inteligencia artificial o por sus siglas “IA” es una tecnología que puede entrar en la categoría de TIC o tecnología de comunicación e información, puesto que brinda una cantidad de información a los usuarios que la solicitan; sin embargo, dichos datos no siempre son los más precisos y en ocasiones los comunicadores no efectúan en la respectiva comparación de lo que se encuentra en las bases informativas, por lo que se recomienda a los futuros investigadores a elaborar trabajos que aborden temas como “la inteligencia artificial como herramienta comunicativa o reductora de verificación”, IA herramienta o amenaza en la profesión periodística”

entre otros planteamientos, con el fin de seguir estudiando la importancia de las responsabilidades del uso de las TIC, en este caso con las inteligencias artificiales.

Adicionalmente, se recomienda a los investigadores a llevar a cabo trabajos de investigación referentes al uso de tecnologías de comunicación e información en los medios de comunicación nacionales, pero de forma comparativa respecto a medios de otros países, con el fin de concretar una perspectiva sobre cómo se posiciona Costa Rica con el uso de las TIC y el cómo puede incorporar estrategias con base en lo que realizan otros comunicadores extranjeros con las tecnologías de comunicación e información en sus labores.

Finalmente, se le recomienda a los investigadores concretar trabajos con temáticas sobre tecnologías de comunicación e información que sean de su respectivo interés; es decir, si el comunicador presenta atracción por herramientas de edición o de realidad aumentada, podría efectuar un trabajo en el que compare su uso en un medio de comunicación en un período que considere conveniente para su desarrollo, y, por lo tanto, los estudiantes tendrán diferentes vertientes para ejecutar nuevos análisis que no solo se realizarán para optar por un grado académico, sino para retroalimentar a esta temática tan importante en la actualidad.

Referencias bibliográficas

- Alegre, J. (2004). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Fondo Editorial PUCP.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xiHiOFRRjaAC&oi=fnd&pg=PA3&dq=periodismo+televisivo+concepto&ots=2mcKhhCGtO&sig=QXJZwy8IINTdLCtVvZqNyH1hyoc#v=onepage&q=periodismo%20televisivo%20concepto&f=false>
- Alvarado, M. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistada por Luis Carlos Gómez Murillo*.
https://drive.google.com/file/d/1uL5TKgEW1dj1chMZAY5lkHBx-_MHpDvB/view?usp=sharing
- Amarilla, R. & Bustelo, C. (2001). Gestión del conocimiento y gestión de la información. *Boletín del Instituto de Andaluz de Patrimonio Histórico*, 8(34), 226-230.
https://www.researchgate.net/profile/Carlota-Bustelo-Ruesta/publication/334010526_Gestion_del_conocimiento_y_gestion_de_la_informacion/links/5d92104692851c33e948fb7d/Gestion-del-conocimiento-y-gestion-de-la-informacion.pdf
- Amaya, L. (2022). *El discurso del periodismo deportivo televisivo en Perú y la incorporación de elementos de la identidad nacional*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660770/Amaya_GL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Baptista, P., Fernández, C., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Bogdan, R., & Taylor, S. (2008). La entrevista en profundidad. *Métodos cuantitativos aplicados*, 2, 194-216.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34912704/LECTURA_DE_EVERTSON-libre.pdf?1411935571=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_DE_EVERTSON.pdf&Expires=1740603274&Signature=g3cyI-x9E2ZXkexsTVJS-bePQcUAwwJ3-iyXGc9suG49pjYklPPHWGfLvyAyyI0FtdzRMIMcJEj7gRbTwMQ1SeE6LxBrkqpTrj

[3~vpoR0t3phPmGS2MtSUldMSxqwsd4jPYUQB9HUIR21uO-HR8nrMaPYrbD3EnWZi6IQsCVckzUrUjq~MORII7iJexOnmEqdD36KJckX7NZ7i~DGQwred~dUtt466aMMFgKQmqoDZXAIbBwtkNFBjvSgR63Cn~ngLsLzoWIRcINB92GyvO94AwB8TH~nYvDQMdDZ~qWsAeTao3hyo5wiFHRhez4D3cRp8FPaWS C08G8odSSkAS1w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=192](https://vpoR0t3phPmGS2MtSUldMSxqwsd4jPYUQB9HUIR21uO-HR8nrMaPYrbD3EnWZi6IQsCVckzUrUjq~MORII7iJexOnmEqdD36KJckX7NZ7i~DGQwred~dUtt466aMMFgKQmqoDZXAIbBwtkNFBjvSgR63Cn~ngLsLzoWIRcINB92GyvO94AwB8TH~nYvDQMdDZ~qWsAeTao3hyo5wiFHRhez4D3cRp8FPaWS C08G8odSSkAS1w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=192)

Canals, A. (2003). *La Gestión del Conocimiento*.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/8567283/20251-libre.pdf?1390855893=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_del_conocimiento.pdf&Expires=1750800714&Signature=fwQwJ6oVKE0ycxAkd4zSR92Ogykh4Q2Mn1oFniXJP3r~LktaIYFVkBTS4S9N8KRQ~sPHtr-oGm1m6xtXaUI2887Z0CAh1m9z5xz1da70~vMYFYGxD7fOpD1bKcT3cor4YUDfzZKWGRqb~OJMHX-MucDm5E7p83lX0u5w6NxWsKgfQ-yEtLcLbySsWJaGB2x5llw2iMurwZi04yfUoceDWDruYaBaadt1jydEC4KrrvSFqGPnHsCxPwVp51Cnx0r62c6~dj16RiP6eh9D4IGUT8CEeMGPHdvrGdeY5YQEzCDhCdyZ8p~aW95Y3O~wrbm8ZTpuWt4deUuAAbhBUKQvw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Castro, J. (2019). *Tigo domina las transmisiones de fútbol en la región*. LaRepública.net.

<https://aden.larepublica.net/noticia/tigo-domina-las-transmisiones-de-futbol-en-la-region>

Castro, J. (2020). *Canal Tigo Sports ya está disponible en ocho cableras*. LaRepública.net.

<https://www.larepublica.net/noticia/canal-tigosports-ya-esta-disponible-en-ocho-cableras>

Chaves, A. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*.

<https://drive.google.com/file/d/1Uvj5KIzSdfX2VEvSztOxC3EgC6eV4HHh/view?usp=sharing>

Chinchilla, C. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*.

<https://drive.google.com/file/d/1MegvpImefLDSjqSTKqpFG8vfWIEwxGeF/view?usp=sharing>

- Cobo, J. (2009). El Concepto de Tecnologías de la información. Benchmarking sobre las Definiciones de las TIC en la Sociedad del Conocimiento. *Revista de Estudios de Comunicación*, 14(27). <https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/2636/2182>
- Corvalán, O., & Hawes, G. (2005). *Construcción de un Perfil Profesional*. Proyecto Mecesup. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54297252/Construccion_de_un_Perfil_Profesional_U_Talca_2011-libre.pdf?1504157116=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCONSTRUCCION_DE_UN_PERFIL_PROFESIONAL.pdf&Expires=1738277898&Signature=DABCICkZSB0loayokXjxlz8jyrPqQN87uJ94wUXkJ5gnTzVEICFxiyttCf~31LaLv8iKRPqVAnxaNlvdBCrrGNDYYwzpp0N-OOt1R4MqOBgPIeKHTLBevKI48AGryP53ZfJhefF7Lj~SPw2Fvflzr4JgS9Ow~2TvsYhSfxJkeQzeFS7n81xhgN-08ceQXe801n0RSQO7ljRX-0l9~VGtNe9WJZz55uJmw8loA7najpr93E0RAnfGeE7SChSFteGjlXbn3-tVRT9-cc0J~k4HNXu1H7HU0NzplSI7gwSLKL7jQ2AABE2Uf2~VpPah9X5BARw~jZ900LV0Hj9fCMyMQg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58893>
- Esparza, R. & Rubio, J. (2016). ¿Qué es Tecnología? Una Aproximación Desde la Filosofía: Disertación en Dos Movimientos. *Revista Humanidades*, 6(1) 243-285. <https://www.redalyc.org/journal/4980/498054743009/498054743009.pdf>
- Farrerons, O & Olmedo, N. (2014). Definición, Detección, Adquisición de Competencias y Formación de Perfiles Profesionales en el Sector Multimedia de las TIC. *Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 2(2) 15-28. <https://pdfs.semanticscholar.org/1f78/25da5d5be3f1f09cc5708676199e76c7eb76.pdf>
- Forero, G. (2005). Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo. *Revista Palabra* Clave (13). <https://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/sabana/index.php/palabraclave/article/view/1465>

- Fonseca, T. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*. https://drive.google.com/file/d/1w2C178_KLwNLS5iYEEZF5uzb49m9qB6h/view?usp=sharing
- Gaitán, A. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*. https://drive.google.com/file/d/1L0_5K2RC5h1UGhDh2keSkoCdEYM8WCcu/view?usp=sharing
- García, A. (1993). Análisis documental: el análisis formal. *Revista general de información y documentación*, 3(1), 11. <https://core.ac.uk/download/pdf/38822611.pdf>
- González, M & Krisanda, A. (2008). *Perfil del Periodista Digital*. Guatemala. <https://aracellymerida.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/07/perfil-del-periodista-digital.pdf>
- Hawes, G. (2001). *El Diseño de las Profesiones y el Perfil Profesional*. https://www.academia.edu/1177083/El_dise%C3%B1o_de_las_profesiones_y_el_perfil_profesional_
- Horas, S. (2016). *Periodismo Deportivo: evolución del ciberperiodismo deportivo y estudio de las convergencias en Marca y Mundo Deportivo*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/22311>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025). *85,4% de las viviendas del país tienen acceso a internet*. <https://inec.cr/noticias/854-las-viviendas-del-pais-tienen-acceso-internet>
- Instituto Nacional de Estadística (2024). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares*. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/TICH2024.htm#:~:text=Encuesta%20sobre%20Equipamiento%20y%20Uso%20de%20Tecnolog%C3%ADas,durante%20la%20semana%20anterior%20a%20la%20entrevista>
- Jiménez, M (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistada por Luis Carlos Gómez Murillo*. <https://drive.google.com/file/d/1orna731SBxifGpkYokrY7Eu26fbxYb4X/view?usp=sharing>

- Martínez, V. (2008). Las nuevas tecnologías de la información de estrategias de comunicación ante situaciones de crisis. *Hologramática*, 9(2) 25-56. https://www.researchgate.net/profile/Valentin-Alejandro-Fernandez/publication/28249017_Las_nuevas_tecnologias_de_la_informacion_en_la_definicion_de_estrategias_de_comunicacion_ante_situaciones_de_crisis/links/004635231b7fab158d000000/Las-nuevas-tecnologias-de-la-informacion-en-la-definicion-de-estrategias-de-comunicacion-ante-situaciones-de-crisis.pdf
- Méndez, S. (2015). El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo. *Revista Opción*, 31(1), 449-467. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005025.pdf>
- Mora, P. (2023). *Encuesta Revela que el fútbol nacional atrae solo al 42% de la población de la GAM*. Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2023/10/04/encuesta-revela-que-el-futbol-nacional-atrae-solo-al-42-de-la-poblacion-de-la-gam.html>
- Montenegro, J. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*. https://drive.google.com/file/d/1d0NSgPr8Kw_1v0afGjjDJVUORoD-JQMx/view?usp=sharing
- Orjuela, L. (2022). *Teletica Radio celebra su quinto aniversario*. Teletica.com. https://www.teletica.com/entretenimiento/teletica-radio-celebra-su-quinto-aniversario_309886
- Palomo, B., & Palau, D. (2016). El Periodista Adaptativo: Consultores y Directores de Innovación Analizan las Cualidades del Profesional de la Comunicación. *Revista Profesional de la Información*, 25(2) 188-195. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/issue/view/2736/131>
- Quirós, D (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*. https://drive.google.com/file/d/125EAspz83e-RuBsIVz_ZIxd4aPgylE9e/view?usp=sharing
- Real Academia Española. (s.f.). *Definición de Conocimiento*. Diccionario esencial de la lengua española.

<https://dle.rae.es/conocimiento>

Real Academia Española. (s.f.). *Definición de Tecnología*. Diccionario esencial de la lengua española. <https://www.rae.es/desen/tecnolog%2525C3%2525ADa>

Repretel. (2024). *El Viajero del Tiempo nos lleva a conocer el inicio de Repretel*. Repretel.com <https://www.repretel.com/noticia/el-viajero-del-tiempo-nos-lleva-a-conocer-el-inicio-de-repretel/>

Rojas, J. (2014). Periodismo Deportivo. Nuevas Tendencias y Perspectivas del Futuro. *Correspondencias y Análisis*, (4), 177-180. <https://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/220/196>

Rodríguez, J. (2016). *Perfil Social Demográfico, Académico y Profesional de los Periodistas Deportivos que Laboran en Periódicos Impresos de Circulación Diaria y su Opinión sobre el Ejercicio del Periodismo Deportivo en Costa Rica*, 2015. Universidad de Costa Rica. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/2c571ee4-4c4e-4929-b643-0fbf7aa96c6d/content>

Salas, O. (2024). *Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas!* Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2024/6/17/las-tecnologias-digitales-en-costa-rica-no-podemos-vivir-sin-ellas.html>

Serrano, C. (2025). *Entrevista de profundidad/ Entrevistado por Luis Carlos Gómez Murillo*. https://drive.google.com/file/d/1gBseFVGaEPD8_XLsjbMc9lPbEw4nCkOH/view?usp=sharing

Schmidt, S. (2006). Competencias, habilidades cognitivas, destrezas prácticas y actitudes definiciones y desarrollo. 19. https://www.academia.edu/34959811/COMPETENCIAS_HABILIDADES_COGNITIVAS_DESTREZAS_PR%3%81CTICAS_y_ACTITUDES_DEFINICIONES_Y_DESARROLLO

Socatelli, G. (2001). Guía de orientación para diseño de una propuesta curricular para la formación profesional del periodista deportivo en Costa Rica. *Revista de ciencias sociales*, (94) 97-112. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/56573>

- Teletica. (2020). *Celebre con Nosotros el 60 Aniversario de Teletica Canal 7*. Teletica.com. https://www.teletica.com/teletica/celebre-con-nosotros-el-60-aniversario-de-teletica_256626
- Torrijos, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & análisis* (4) 177-190. <https://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/journalcya/article/view/220>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. (2021). Tendencias y evoluciones de las TIC en Europa, 2017-2020. *ITU Publicaciones*. https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Europe/Documents/Publications/D-IND-DIG_TRENDS_EUR.01-2021-PDF-S.pdf
- Vico, E. (2011). La Teoría de la Información ante las nuevas tecnologías de la comunicación. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 83-93. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/36988/35797>

Anexos

Anexo 1: Entrevista de profundidad a Tomás Fonseca

Fecha: 08/4/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Tomás Fonseca

Institución, Empresa o Comunidad: Tigo Sports

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

No tuve ningún tipo de inducción, creo que todo lo que tiene que ver con difusión, globalización y movimiento de la información que circula, ya está como naturalizado. Me parece que como tal herramientas nuevas no veo tantas, sino más bien canales de difusión distintos que obviamente hacen que tengas más llegadas en cuanto a la cantidad de gente a la que le llega la información.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Constante, ya que, con la circulación de la información, ya sea por internet o bases de datos o entrevistas en el formato más tradicional, pero a la distancia, que antes era de muy difícil acceso. Creo que esto está actualmente instalado en el qué hacer periodístico.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Estamos hablando de YouTube, Facebook, radio convencional, televisión que van en vivo y a eso hay que sumarle el insumo de una historia o reels en Instagram, para poder difundirlo en tiempo real que se está dando un programa. Mismo modo que le puedes aplicar a TikTok e incluso de forma lateral, pero también importante, aparece la discusión que puede hacer cada uno de los periodistas desde sus propias redes sociales, que claramente, no se trata del canal institucional, pero si un canal que abona al canal institucional. Podrían ser 7 y a su vez cada uno tiene múltiples formas de difundir, solo que ese séptimo punto tiene subdivisiones.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Es importante, alto, necesario, también exigente. Importante porque si hoy no estás en la discusión mediática digital, prácticamente estás afuera de un montón de consideraciones de audiencia que consumen la información por esa vía.

Necesario porque los medios tradicionales hoy por hoy están haciendo una metamorfosis de cara a lo que va a venir, que en un momento es casi como la salida de los medios tradicionales y un arribo totalmente a lo digital. También es exigente, porque constantemente te está invitado a estar conectado con la información, conectado con la opinión, conectado con la interpretación; porque los temas van sucediéndose y ya sea porque los tienes que informar o porque tienes que sentar una

posición, tienes que estar al tiro con eso y hoy la información es mucha, porque no solo tiene que ver con lo que sucede a nivel de Costa Rica, sino a nivel mundial.

También hay un impacto atractivo, porque estamos en un estado donde se puede acceder a una gran cantidad de informaciones y de cosas que, si se saben utilizar y filtrar, también tiene acceso a generar un periodismo diferente.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Redes sociales, plataformas digitales de los medios de comunicación, televisión y radio convencional.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

Aquí dividiré la respuesta en dos. Primero, ninguna, porque se supone que te contratan con el expertise producto de la universidad. No tuve ningún tipo de inducción propiamente en mi espacio laboral o de alguna persona que me haya dicho “mira, esto va a salir por Facebook o por YouTube, es multiplataforma” actualmente nosotros tenemos la radio que sale normal, pero también sale en televisión, YouTube y Facebook.

Lo segundo es que no estoy de lleno en la parte digital, por lo que no tengo certeza de si a los chicos de digital los capacitan o no. Te diría que no tengo información suficiente para responder esta parte de la pregunta.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Las dos, puede ser un apoyo, una herramienta fundamental, así como una terminal de llegada mucho más grande de la que podría tener un medio tradicional, tener la posibilidad de no solo depender del canal o de la institución para decir cosas, hablar cosas e informar cosas, pero a la vez puede ser una amenaza, porque quién no logre reconvertirse en el apartado digital o que no logre entender los códigos de conversación que están en este tipo de espacios o que no logre tener llegadas por esas vías o no adaptar su estilo; puede quedar afuera del circuito.

Hay un potencial enorme, pero a la vez una amenaza enorme.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Personalmente lo veo muy concretizado en tres puntos. El primero es el acceso a datos métricos y estadísticos del fútbol, que es mi área de especialidad. Me gusta analizar partidos, rendimientos, datos métricas, big data, es una herramienta que hasta hace muy poco no se utilizaba.

La segunda es el poder generar *net working*, hoy por medio de redes sociales genero un montón de contactos con personas de todos lados y que me permite información e insumo para mi trabajo que tal vez de otra manera hubiera sido inaccesible.

El tercer elemento es la posibilidad de un conocimiento de construcción colectiva, porque si bien yo me preparo y estudio, al final también en la conversación digital, con muchas personas yo me voy retroalimentando, despertando enfoques, cuestionándome cosas, me preguntan cosas que yo no me había preguntado y eso me genera el deseo de conceptualizar y de debatir de buena forma.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Tiempo como tal no lo sabría decir, pero se implementa diariamente.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Si, actualmente yo no la uso, pero creo que eso es algo inevitable, aunque todavía hay una parte de miedo para con esa tecnología, también es que no está del todo pulida, porque simplemente se encarga de tirar datos reunidos, pero todavía no tiene interpretación u opinión, que quizá ese es el espacio de refugio para los seres humanos, pero creo que es inevitable introducirla. En algún momento vamos a tener que tratar de encontrar la manera de que sea armónica y orgánica participante de nuestros caseres diarios.

Yo hoy no la uso, no lo descarto y entiendo que esto avanza de una forma trepidante y que hay que hacer metamorfosis y reconvertirse o te quedas excluido.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Hay la posibilidad de tener muchos insumos para generar opinión con certezas o con argumentos, teniendo información a la mano que sustente mi argumentación. Creo que también el tener la información al servicio, ya que nos expone a si decimos algo que no es correcto, inmediatamente por esta circulación del conocimiento, vas a tener a alguien que te contraste y hace que el escrutinio sea mucho más veloz, preciso y grande.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Hay un aspecto negativo lateral, que es la atención de la audiencia, que ha decrecido, por lo que al momento de desarrollar una idea hay que ser mucho más puntual, mucho más corto y preciso que lo que antes se permitía de una idea más grande, y eso puede ocasionar que el enfoque y el estilo no sean tan analíticos.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 2: Entrevista de profundidad a Andrés Chaves

Fecha: 8/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Andrés Chaves

Institución, Empresa o Comunidad: Tigo Sports

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

Cuando hablamos de tecnologías de información, nos abocamos a las redes sociales, que de entrada creemos que es donde están esas tecnologías.

Si hablamos de tecnologías de información podemos hablar de muchas cosas, de herramientas que nos permiten llegar al objetivo que es comunicar. Las tecnologías de información permiten ser un periodista más completo.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Todos los días. El periodismo de hoy nos hace trabajar con estas herramientas siempre. Hoy los periodistas pueden trabajar en distintos medios haciendo diferentes trabajos y desempeños y estas herramientas permiten trabajar precisamente en esos campos y también a nivel personal.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Varias, desde plataformas de edición hasta redes sociales como Facebook, Instagram y Youtube.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Hoy el periodista tiene que estar muy preparado en lo que son este tipo de herramientas, porque el periodista de hoy tiene que ser multitasking, tiene que saber hacer absolutamente de todo, primero para crecer personalmente y además ser un periodista más completo y no depender 100% de otros profesionales y ser valioso personalmente y también para el medio de comunicación.

Hay muchos periodistas que, por medio de sus redes sociales, a través de sus plataformas pueden salir adelante y no necesitan estar 100% apegados a un medio de comunicación o a una empresa como tal. Para desarrollarse en este campo es indispensable estar utilizando estos medios.

Hoy los periodistas que trabajan en Tigo Sports, no solo se dedican a hacer notas periodísticas audiovisuales para la televisión, sino que esas piezas informativas tienen que de alguna manera apegarse también para estar en las redes sociales.

El periodista de hoy tiene que saber editar, sea cual sea el programa que utilice, tiene que saber editar vídeo, audio, piezas graficas, tiene que saber cómo se usan las redes sociales, sabiendo cuál es el target en cada una de estas y cómo tiene que ir el contenido.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Las diferentes redes sociales, Facebook, Instagram, Youtube, el paquete de edición de Adobe, Ilustrador, Photoshop, etc.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

Debemos tener una cosa clara. Los medios si se preocupan de cómo evolucionar y de capacitar a sus trabajadores para que estén al día, pero los medios o empresas no están obligadas a eso y ahí es donde el periodista tiene que estar evolucionando.

Se lo digo por mi parte, es una tarea que tengo cada día a nivel personal, sin esperar que la empresa o el medio de comunicación me brinde una capacitación, porque así me vuelvo más atractivo en el gremio profesional.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Es un apoyo 100%, creo que la amenaza sería para aquellos que se quedan rezagados con las actualizaciones de la tecnología y evoluciones de los medios de comunicación. Hoy la tecnología es un plus, es el día a día. Los periódicos que se queda solo en eso mueren, las radios que se quedan solo en una frecuencia también, los canales de televisión que solo se quedan con una señal televisiva mueren, hoy los medios de comunicación son también redes sociales, web y plataformas y aplicaciones.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Hacerme un profesional más completo, darme más posibilidades de donde desenvolverme, porque si me quedo en cómo redactar una nota de prensa o en cómo hacer una nota de televisión, no puedo evolucionar en otros campos y mis posibilidades para desenvolverme como profesional.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Tiempo como tal no lo sé.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Yo diría que no, porque el periodista necesita fuentes y hay fuentes que no se pueden encontrar en internet, algunas si como declaraciones de alguien en el exterior o estadísticas, pero en el periodismo hay una que no te la da, que es la fuente personal.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Puedo desenvolverme en un montón de campos, hoy puedes hacer un nombre como periodista utilizando plataformas personales, pero sabiendo cómo utilizarlas. Hoy soy periodista de Tigo Sports, pero también puedo ser Andrés Chaves en sus plataformas personales y la gente me seguir por ahí y ver mi trabajo.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Para los que se quedan rezagados y piensan que el periodismo de hoy debería ser igual al de hace 20 años, hoy en día las tecnologías de la comunicación deberían ser algo básico.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 3: Entrevista de profundidad a Melissa Alvarado

Fecha: 14/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre de la Entrevistada: Melissa Alvarado

Institución, Empresa o Comunidad: Televisora de Costa Rica (Teletica)

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

Han sido varios contactos, porque todos hemos ido evolucionando a lo largo de que se cambia de trabajo y que se inventan cada vez más herramientas. Uno de mis primeros contactos fueron las

páginas web, por ejemplo, cuando yo estaba en la radio mis fuentes de información vitales eran las páginas digitales de España, como Marca, el Sport. Es o As también, eran páginas que evidentemente si daban esa seguridad de que si eran verídicas la información que tenían.

Si ha ido evolucionando esa parte donde es inmediatez y es algo que agiliza muchísimo, porque antes había que buscar la información, revisar otras páginas estar informándose de si era un dato correcto y se replicaba en las otras páginas, ahora uno va a la rama oficial y es mucho más fácil.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Para mí es casi que por hora, porque ahora las secciones deportivas son más estrechas, dan menos tiempo, por lo que hay que agilizar la cantidad de información que intentamos darle al televidente, entonces nosotros lo que ideamos fue hacer un combo que dure un minuto y contar lo más importante a nivel nacional e internacional que usted pueda informarle a la gente, en un minuto intentamos meter al menos 7 informaciones diferentes, pero eso me lleva a mí a estar a cada rato revisando las redes, para ver si salió algo o ver si la información que ya tenía se añejó y más bien ver otra que ya esté actualizada de esa información que yo iba a tirar.

Diría que puedo visitar alrededor de unas quince veces en tres horas la herramienta de “X” porque me parece que se actualiza constantemente y me parece que uno debe estar muy atento a lo que se esté manejando, porque son informaciones importantes y en lo que usted está esperando a que las comparta un medio de comunicación, muchas veces los periodistas, en sus perfiles profesionales, tiran la información y minutos después las van enlazando con las páginas de los lugares donde trabaja.

Es de inmediatez y donde hay que estar prácticamente cada diez minutos el estar pendiente de las redes sociales.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

En este caso para mí me parecen muy importantes lo que comparten en la Nación, Cr Hoy, Teletica.com y a partir de ahí, todos los que sean de X, véase todas las páginas a nivel internacional de España y también de la región.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Es un impacto muy importante, porque primero nos ayuda y nos obliga a estar siempre atentos a las diferentes herramientas con la que nos podemos informar.

Es fundamental estar atento a la evolución de las redes sociales y segundo, utilizarlas, ser amigables también con las redes sociales, porque nos ayudan, nos informan y se puede sacar muchos aspectos y material importante.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Redes sociales como X, Instagram o Tik Tok y plataformas digitales de los medios de comunicación.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

No recibí ninguna capacitación, pero si me gusta leer y luego le puedo comunicar a un compañero editor cómo se puede hacer para bajar un vídeo, por ejemplo, entonces creo que es una retroalimentación entre todos, un trabajo en conjunto donde yo les puedo comentar a los editores y ellos me dicen sobre cuáles herramientas puedo utilizar y a partir de ahí, creo que uno se va informando junto a los compañeros de trabajo de cómo funcionan y qué tanto se le puede sacar de provecho.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Creo que pueden ser las dos, pero creo que el trabajo y decisión de la persona que quiera informarse es lo que termina pesando, porque de no ser periodista, yo buscaría a un medio de comunicación serio que me informe sobre lo que yo quiero conocer.

Si yo simplemente le pongo oídos a prácticamente todo el mundo, no me interesa investigar si es una persona que miente o no, si da datos faltos y quiere ser alarmista, yo también termino siendo responsable porque le puse oídos a una persona que no es seria con lo que está haciendo. Es un trabajo de todos, pero si se quiere una información seria consulto las fuentes.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Podemos ser periodistas más ágiles. A mí me gusta seguir una página en Instagram que se llama Elmundo.es y comparten informaciones que generalmente ya leímos en otro lugar, pero ahora se están dando formas tan diferentes de informar ese tipo de acontecimientos, con fotos, imágenes, letras, frases que son muy llamativas.

Considero que esas nuevas tecnologías y formas de darle la información a la gente, es lo que marca la diferencia, porque la información sobre que un carro chocó todo el mundo la va a dar, pero la forma en la que usted le llega a las personas, del por qué se dio, que provocó que se diera, eso es lo que marca la diferencia.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Diariamente, me gusta mucho leer y travesear como dicen, porque cuando usted entra en una aplicación es común que uno diga “que interesante”.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Me parece que sí y no, hay un momento donde la tecnología puede ayudar, pero hay una línea tan delgada donde la tecnología puede llegar a atontar a una persona.

Si la tecnología tiene que ayudar tiene que hacerlo hasta cierto punto y nosotros debemos cumplir con el otro 50% porque hay aspectos de responsabilidad y en ocasiones la gente se acostumbra a que le simplifiquen su vida y no todo puede ser tan fácil.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Buscar agilizar, buscar informar a un más a tiempo, ahora incluso con tantas herramientas, si hay una noticia de último momento, uno puede hacer enlaces o transmisiones en vivo por medio de las redes sociales y las personas se informan de una vez, eso es inmediatez.

Me parece que todos hemos ido por el mismo camino, de tener esas habilidades y capacidad de aceptar que la tecnología llegó para ayudarnos y aprovecharla.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Creo que uno tiene que saber hacer absolutamente de todo. Si usted no amplía sus horizontes o sus conocimientos, usted se va a estancar y terminar siendo una persona que no le sirve tanto a su empresa y en medio de un momento donde hay tanta competencia uno tiene que saber de todo,

editar, grabar, si se topa en un momento donde tiene que utilizar la tecnología tiene que ser amigable con ella y hay que estar abiertos a utilizarla y saber utilizarla.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 4: Entrevista de profundidad a Mariela Jiménez

Fecha: 15/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Mariela Jiménez

Institución, Empresa o Comunidad: Repretel

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

Desde que estudié la carrera de periodismo, hay muchas herramientas como lo es el paquete de Adobe, que hoy en día es esencial en cualquier comunicador. Dentro de Repretel utilizamos esta

misma tecnología, se utiliza Premier para editar y en caso de necesitar imágenes específicas se utiliza after effects

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Constante, eso es prácticamente 24/7. Porque se usa a diario y en todo momento, no solo para producir notas, sino para informarnos de una u otra forma.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Aquí en Repretel utilizamos el paquete de Adobe, para la generación de imágenes After Effects y también otra de las tecnologías que utilizamos son las redes sociales, se alimenta mucho Facebook e Instagram y también en la página web de Repretel.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Es un impacto muy alto en la carrera de periodismo, también por otra razón, la cual es que el teléfono nos da muchas facilidades como las redes sociales o la página web que nos permiten nutrirnos de información y el cómo intentamos hacérsela llegar a la gente, pero también existen muchas aplicaciones que le permiten estar al tanto de todos los eventos deportivos y eso es importante, porque yo puedo estar en una transmisión y hay otro partido en simultaneo y me llega la notificación de que metieron un gol en el otro juego y quizá es determinante para uno de los equipos del lugar en el que yo estoy.

Además, los periodistas seguimos siendo periodistas incluso en nuestro día libre, entonces yo tengo derecho a ir con mi familia a la montaña el día que tengo libre, pero gracias al teléfono y a la tecnología puedo estar al tanto de lo que está pasando.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Herramientas de edición, redes sociales y páginas web.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

Capacitaciones como tal no he tenido, sin embargo, tuve cursos en la universidad que integraban esto a nivel de la carrera.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Para mí es ambas, por un lado, hay aspectos positivos para los comunicadores, como lo es informar, informarnos y también tener datos de forma inmediata y que puede ser muy relevante, pero puede ser contraproducente o una amenaza cuando se da la desinformación o reproducción de noticias falsas, que eso es muy común, además que uno como comunicador cuando usa su imagen personal, debe tener mucha cautela con lo que publica en redes sociales, porque puede ser utilizado negativamente.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:**1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?**

Siento que al menos en el medio en el que estoy fortalecemos el uso de las redes sociales, por ejemplo, hace poco intentamos hacer una reacción en vivo por Youtube del sorteo de la Copa Oro, que es algo que llama la atención hoy en día. Si bien hay un nicho muy grande de personas de cuarenta años para arriba, a los jóvenes también les gusta el deporte y el fútbol, pero ven al fútbol más allá de lo deportivo, sino como un entretenimiento, entonces por medio de las redes sociales se logra llegar a este público.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Diría que entre una hora y media hora.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Si, siempre y cuando se use con cautela y que el periodista tenga el criterio para decidir cuando le pide a la inteligencia artificial se vea natural y también útil, porque yo le podría pedir a la inteligencia artificial que me escriba un texto, pero si ese texto se siente como si me lo estuviera diciendo un robot, no va a tener el alcance que yo quiero que es informar, Se complementa, sí, pero hay que tener un criterio de que cosas funcionan y que no.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:**1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?**

Aumentar el alcance del público y también variarlo, porque tenemos claro los nichos a los que queremos llegar, pero es importante diversificarlo, hay gente a la que le interesa qué pasó en el partido y a los jóvenes les interesa más complementarlo con el entretenimiento, entonces sería el aumentar la audiencia y diversificarla.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Diría que la dificultad para darse a conocer, podrían quedarse rezagados y en una redacción, un periodista que no cuente con esas herramientas podría verse rezagado respecto a otros colegas.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 5: Entrevista de profundidad a Mariela Jiménez

Fecha: 16/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Carlos Serrano

Institución, Empresa o Comunidad: Repretel

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

Desde muy joven, las primeras fueron el internet y las redes sociales, creo que se han convertido en una de las principales tecnologías para recopilar información, pero también me apego mucho a Google. Eso desde que yo empecé, que fue algo tarde, cuando ya se estaba dando generacional de la tecnología. Desde 2018 en adelante mucho se da por el internet y a través de las situaciones que surgen en las redes sociales.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Diario, todos los días, siempre trato de apegarme a eso. A pesar de que se usan a diario, no me parece que es el método más acertado para tener el 100 % de una nota, es un complemento para la ejecución y la necesidad a la hora de elaborar una nota.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Le diría que muchas, pueden ser más de 10, porque está cada una de las redes sociales (Tik Tok, Facebook, Twitter, Instagram) que de todas se puede sacar algo, por ejemplo, en Tik Tok aquí en Deportes Repretel hacemos notas de reacciones. Luego están las páginas web que diría que son más de 10.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

La tecnología de comunicación e información es sumamente útil, debido a que el deporte es un mundo de entretenimiento, entonces hay movimientos que se generan a nivel de equipos en donde la oficialidad la dan en las redes sociales.

Por ejemplo, Santa Ana y Guanacasteca al momento de anunciar jugadores, lo que hacen es enviar en un chat de Whats App un link de Facebook a la página de ellos donde enviaron un comunicado oficial y ligan una red social con un comunicado oficial que necesitamos nosotros como medios de comunicación.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Redes sociales y páginas web deportivas.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

Yo no diría que tomé alguna capacitación específica, yo hablaría más de conocimientos que uno va adquiriendo conforme pasa el tiempo en los medios. Yo personalmente y creo que aquí en Repretel, no hemos tomado capacitaciones específicas para aprender a utilizar cierta herramienta como Tik Tok o cómo funciona el uso de Facebook para los periodistas. Eso se va adquiriendo conforme uno se vincula al medio de comunicación.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Puede ser un apoyo hasta el punto donde no sé confíe plenamente en solo utilizar las herramientas, sino que hay que entender que la verificación no solo está en la web, está con otras fuentes, periódicos o libros y otro tipo de fuentes que pueden servir al estructurar una nota periodística. No es solamente lo que la web me dice, porque si es solo lo que dice la web se puede convertir en una amenaza.

Si no es solo que dice la web y busco otras formas de llegar a una información concreta, entonces ahí si se convierte en una ayuda.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Diría que obtener un mejor entendimiento de lo que es real y lo que es falso, de las fake news y en donde está la verdadera noticia. Un mejor entendimiento de cuáles sitios pueden ser fraudulentos.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Muchas horas, pero eso corresponde a un deseo propio y no porque la empresa lo indicara. Ese deseo de tener ese entendimiento de cómo se usan, de para qué se usan, y en qué me pueden ayudar.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Considero que todavía no, por la misma veracidad. La inteligencia artificial viene de la misma red que hoy provoca grandes equivocaciones en los periodistas.

La inteligencia artificial no funciona si no se tiene internet, además, si hoy le pregunta a Chat GPT y le dice “necesito que me busque la principal noticia del día con X o Y enfoque” no tiene la fuente suficiente para llegar a tener esa noticia.

Como la inteligencia artificial no puede entrevistar o no puede llamar a una fuente y los periodistas sí, me parece que no estamos en el camino en que la inteligencia artificial vaya a superar a los periodistas que se dedican en el día a día a buscar distintas informaciones. Puede ser un aliado, pero no el combo completo.

TEMA 4: Describir cuáles son los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Hay una trascendencia importante, porque está la presencia y ahora el reporte se ha facilitado. Ahora, hay un detalle en la veracidad de los datos y la complicación que puede existir con eso, porque las páginas web tienen un promedio de error que puede generar la alteración de una nota periodística y es donde se tiene que verificar las fuentes con la documentación que han recabado los periodistas y estadígrafos.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Los cerros de aprendizaje cada vez van aumentando y si usted como periodista deportivo quiere ir siempre apegado tiene que ir actualizándose todos los días, me parece que la consecuencia para los que no se adaptan es que el mismo mercado laboral los va a ir dejando de lado si no se adaptan a esos grandes cambios que traen las nuevas tecnologías de información.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 6: Entrevista de profundidad a Carlos Chinchilla

Fecha: 17/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Carlos Chinchilla

Institución, Empresa o Comunidad: Repretel

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

En el desarrollo de la profesión me parece que fue con la llegada de los celulares inteligentes, donde llegó a abrir mucho más la ventana de cómo debemos entregar el producto a los

consumidores de noticias y deportes. Partiendo de esa tecnología se abren las posibilidades en redes sociales y diferentes aplicaciones que nos ayudan a que el producto sea de buena calidad.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Todos los días, no hay día en que no se utilicen redes sociales o sitios web como un tipo de referencia de investigación o un dato estadístico.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Cerca de dos a tres, hablamos de sitios web, redes sociales y plataformas de edición de vídeo.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Tiene un impacto alto, porque se utilizan todos los días y las nuevas generaciones ya vienen con eso, entonces hay que acoplarse a ello y el impacto ha sido total con las tecnologías.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Redes sociales, páginas web deportivas y también programas de edición.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

En mi caso solo una, cuando implementamos en la redacción de Deportes Repretel el utilizar iPhones para hacer coberturas, tuvimos una capacitación para ver temas más técnicos, por ejemplo, cómo hacer el encuadre, dónde se va a colocar el periodista en un en vivo o en un pregrabado,

cómo grabar al entrevistado, cosas técnicas que tenemos que cumplir para ciertas características de calidad.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Ahora es un apoyo, pero también se ha visto que puede ser una amenaza. Ahora muchos de los que nos hemos ido preparando en diferentes ramas, se ven amenazados porque ahora todos tienen celular y libertad de hacer contenido. Hay un pequeño nivel que lo convierte en una amenaza.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Primero la inmediatez, porque ahora si surge una noticia en desarrollo, uno toma el equipo que en este caso es el celular, el micrófono, el trípode y el estabilizador y se va y se puede sacar una entrevista, un pase en vivo o un pregrabado.

También el hecho de que cuando se genera ese material, se puede enviar de una vez por diferentes plataformas como Whats App o WeTransfer para que de inmediato lo tengan en el canal y lo puedan transmitir.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Seré sincero, casi nada, ya estamos inmersos en la tecnología y creo que no es tan necesario para utilizar lo básico.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Podría, porque puede generar ciertos datos, pero no funciona ni como fuente o apoyo para desarrollar una noticia

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Hace muchos años para ir a hacer una cobertura se necesitaba una cámara grande e iba el camarógrafo y un asistente y el periodista, ahora con la llegada de la tecnología prácticamente va uno solo y se hace el trabajo con ayuda de esa tecnología.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

En palabras sencillas, te quedas en el camino. Yo tenía un jefe que solía decir que, si uno no se acopla, el mismo sistema te va sacando, entonces el no tener la posibilidad de desarrollarse con el uso de las tecnologías te va dejando atrasado.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 7: Entrevista de profundidad a José Alberto Montenegro

Fecha: 23/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: José Alberto Montenegro

Institución, Empresa o Comunidad: Tigo Sports

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

De mi parte el primer concepto que tuve en tecnologías de información fue por allá del año 2004 haciendo un portal digital, el de Everardo Herrera, hoy existe todavía, de hecho, fue el primer

portal deportivo que tuvo Costa Rica y también en 2004 llegando de practicante recién graduado de la universidad en Radio Monumental, pues fue mi primera herramienta con la cual me acerqué a la comunicación.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Todos los días, porque hoy es un medio más, digamos si vos trabajas en radio tienes que tener contacto con redes sociales, igual si trabajas en televisión, también si trabajas en prensa escrita. Hoy es un 360, yo creo que hoy no existe un medio de comunicación totalmente definido, sino que existe la variabilidad de formatos y uno de ellos son las redes sociales.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Muchas, si hablamos de plataformas está Whats App, es una herramienta, también está Instagram, Facebook, Twitter, etc. Ahora bien, a partir de ahí entra el trabajo del periodista de determinar si esa información a la que accede en cada una de las plataformas es verídica o no.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Es un impacto total, porque como se lo decía, la comunicación va mucho por ahí, por saber utilizar esas plataformas y agregar una vía más de comunicación a la vez que esas plataformas. Nosotros, al menos en Tigo Sports, para nosotros lo que sale en pantalla tiene que salir en redes sociales, lo importante que sale en televisión, tiene que estar en redes sociales, porque le da mayor duración a los contenidos y mayor vigencia.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Whats App, Instagram, Facebook, Twitter, entre otras.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

En el arranque tuve que llevar ciertas capacitaciones, pero en la dinámica de este trabajo, aprendes de la calle, vas tomando lecturas, vas tomando de diferentes medios de comunicación diferentes tipos de formatos y tipos de contenido, pero una capacitación como tal en realidad no.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Para mí es un apoyo, amenaza sería si el periodista no hace su trabajo, el periodista no debe utilizar las redes sociales como un fin, sino como un medio, es decir, las redes sociales deben ser una herramienta más para comunicar el trabajo que hizo el periodista, las redes sociales no deben hacerle el trabajo al periodista. Ahí es donde está la gran diferencia y muchas veces se convierte en una amenaza, porque el periodista sentado en un escritorio simplemente recopila información de redes sociales y no la busca y ahí es donde está la gran diferencia.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Creo que hoy las redes sociales tienen un elemento y es que el mensaje debe ser muy conciso, muy consistente, tienes que decir algo puntual, útil y entretenido, tienes que generar una reacción en la

gente y mucho del contenido de redes sociales hoy yo creo que debe ser corto, conciso y a partir de ahí mostrarlo de la manera más entretenida para la gente, que creo que es vital.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

Todos los días.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

En algunas herramientas sí, yo creo que es útil, por ejemplo, en herramientas de edición, pero nunca para sustituir la labor de un periodista.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Para nosotros fue la manera de darnos a conocer, porque yo asumí la jefatura editorial de Tigo Sports en el 2020 y en ese momento no había redes sociales y éramos un canal de cable cerrado, de hecho fuimos el primer canal que transmitió de manera cerrada partidos de fútbol, no se podían ver por televisión abierta, entonces la única manera de dar a conocer nosotros al canal de televisión era mostrarlo por redes sociales y eso fue parte de la estrategia, nos dio espacio para posicionarnos como un medio de comunicación.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Te vuelves un dinosaurio, tus contenidos difícilmente se van a ver, hoy lo que ha cambiado es el vehículo mediante el cual comunicas y en eso las redes sociales son fundamentales, incluso son una manera de monetizar, es decir, de conseguir dinero para los medios de comunicación y ahí es donde yo creo que, si no te actualizas, empiezas a ser desplazado.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 8: Entrevista de profundidad a Daniel Quirós

Fecha: 29/04/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Daniel Quirós

Institución, Empresa o Comunidad: Teletica

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024.

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

En mi caso son muchos años, porque cuando arranqué no existía todavía el internet. Lo más tecnológico que había en aquel momento era una máquina de escribir, pero después aparecen

nuevas tecnologías y con el internet se da una revolución increíble para el mundo del periodismo en general y no solo para el periodismo deportivo.

Aparecen formas de poder encontrar información sin necesidad de ir a la fuente directa, sino que se da una apertura donde inclusive por medios oficiales de diferentes clubes; llámese equipos o federaciones, encontrabas información que antes tenías que ir con la fuente primaria de mano para poder obtener ese detalle.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Creo que es una cuestión cotidiana, casi que constante, por ejemplo, recién acaba de finalizar el Arsenal vs Paris Saint Germain y aunque tuve el acceso para poder observar el partido por la televisión o el cable, inmediatamente uno hace acceso a la tecnología por medio de redes sociales y demás para poder encontrar detalles en cuanto a los partidos, a la estadística o a la historia de ese tipo de encuentros, entonces casi que hoy por hoy en la actividad deportiva que uno cubra, la tecnología es vital y da elementos de información valiosos para complementar lo básico , para darle un mayor realce a algunas cosas sobre la información básica. Ahora usted tiene el acceso tecnológico inmediato para crear una información más completa y veraz.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Plataformas web o redes sociales.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

Es un impacto total, hoy en día tenemos que estar los periodistas deportivos de la vieja camada hemos tenido que actualizarnos y hoy en día los jóvenes tienen que entender que sustentados en la tecnología las posibilidades de acceso que hay, esa inmediatez que antes era tan complicada, uno sustenta prácticamente la elaboración de sus notas. Las redes sociales y el internet te permiten hacer que la noticia que estás generando pueda complementarse.

Te pongo un ejemplo, Horacio Esquivel hace unos minutos se acaba de anunciar que no sigue como el técnico del Pérez Zeledón, esa es la noticia y la noticia la envía el medio a través del

Whats App de los comunicadores de Costa Rica, pero ¿qué haces con esa noticia? Por si sola es una noticia que dice “Horacio Esquivel ya no es técnico de Pérez Zeledón” pero ¿cómo refuerzas esa noticia para darle más sustento y hacerla más cachetona? Inmediatamente te vas a las redes sociales, busca sobre cuántos técnicos se han ido en Costa Rica en este año y te permite hacer una nota más completa donde tengas esos detalles y esa información, como cuantos partidos dirigió Horacio Esquivel, cuántos ganó o cuántos perdió y todo eso te lo da el internet que antes no existía.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Está claro que las redes sociales, que creo que hoy por hoy es elemento primordial, es una forma muy fácil de acceder a detalles informativos y noticias. Aparte de eso está la parte del Google y de este tipo de herramientas. También está esto que estamos haciendo nosotros, que si yo en estos momentos quiero hablar con Horacio Esquivel para ver por qué no sigue en Pérez, le hago una llamada y me contacto con él gracias a la tecnología y aquí mismo grabo lo que él expresa y con eso puedo generar mi información.

Antes había que coger un carro y manejar hasta Pérez Zeledón y poderlo entrevistar, ahora por medio de un Zoom, aprietas un botón, lo tienes en vivo y grabas y ya tienes material para elaborar una nota.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

En realidad ninguna, todo ha sido en el caminar constante del día a día, de hecho, herramientas que no las manejo muy bien y que uno se respalda en los compañeros editores, pero no hubo un curso y aunque si hay cursos similares hoy por hoy en las universidades, para nosotros los que

hemos venido de hace muchos años hacia adelante, nos ha tocado hacerlo conforme se han ido presentando.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Es una muy buena pregunta, porque tiene las dos partes. Yo creo que en todas las cosas de la vida siempre hay una parte, pero hay otra. Tiene el beneficio de que nos ayuda a poder tener la tranquilidad de certificar la información que nos está generando y de darle mayor sustento, peso y profundidad, pero por otro lado puede que, si no se maneja de buena manera, dar el chance de caer en el error y de cometer situaciones que ya han pasado anteriormente.

Te pongo un ejemplo, un periodista de la Nación hace muchos años, que por medio de las redes sociales sustentó una nota que sacó en la Nación y le faltó verificarla bien y dio el nombre de un supuesto técnico que venía al Deportivo Saprissa y resulta que era un trabajador de Repretel. La tecnología te abre opciones para que se te pueda facilitar el trabajo, pero también puedes caer en el engaño.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?

Te facilita el tener la información a la mano de manera más inmediata, esa inmediatez es fundamental, si bien ha generado cierta competencia porque ya no hay tantas exclusivas como antes, porque en el momento en el que surge una noticia ya todo el mundo se enteró de ella, entonces ya no es aquello que uno guardaba la noticia tres horas y la sacaba en la edición vespertina de Telenoticias.

En lo particular me ha ayudado a reforzar la elaboración de notas con mayor sustento, está en la mano de todos poder complementar una nota que antes no teníamos los elementos porque no había

cómo acceder a ellos, ahora te metes a las redes sociales o al internet gracias a la tecnología y rapidito puedes hacer una nota de la que tenías pocos elementos bastante sustentada.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

En cuanto a tiempo es muy difícil de cuantificarlo, porque eso ha sido a golpe de tambor, conforme se topa con una necesidad o realidad tienes que ir corrigiendo y tratar de ir mejorando en el camino. Lo que sí creo es que conforme se ha dado este cambio tecnológico tan trepidante, nos ha tocado a los periodistas irlo asumiendo y enfrentándolo, algunos de mejor forma que otros y otros con mayor calidad.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Si y obviamente va a influir, pero no sería lo correcto, como dicen no siempre lo que es bueno es correcto, creo que hay que tener mucho cuidado con la inteligencia artificial, porque te puede poner zancadillas y no estamos preparados ni los periodistas, ni las mismas personas que han traído la inteligencia artificial en la vida del hombre, para entender la magnitud de lo que implica la inteligencia artificial y del beneficio o perjuicio que puede crear, dependiendo del uso con el que se maneje y cómo se tome.

Para el periodismo deportivo va a solventar muchas cosas y va a facilitar muchas cosas, también puede terminar siendo un tema que termine en perjudicarnos, si no se maneja de la forma correcta.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?

Conseguir información inmediata por medio de las tecnologías sin tener que transportarse al lugar de la fuente primaria.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

El periodista de hoy se está acostumbrando a que todo se lo dan, hasta el sentido de cuestionarse, informarse como que tiende a perderse.

La tecnología si ha venido a ayudar al periodista y al periodismo, pero también ha venido a hacernos vagos y a restarnos el sentido primordial del periodismo que era investigar, analizar y encontrar el porqué de las cosas y la contraposición.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 9: Entrevista de profundidad a Alexander Gaitán

Fecha: 05/05/2025

Nombre del Entrevistador: Luis Carlos Gómez Murillo

Nombre del Entrevistado: Alexander Gaitán

Institución, Empresa o Comunidad: Repretel

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su implicación en el perfil profesional del periodista deportivo en los medios televisivos Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

Introducción: Estimado(a), la presente entrevista tiene como propósito recolectar información para el desarrollo de una tesina. La duración de esta será aproximadamente de quince a veinte minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Determinar la cantidad de capacitaciones sobre las tecnologías de comunicación e información recibidas por los periodistas deportivos de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. Se puede entender a las TICS conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información ¿Cuál fue el primer contacto con el concepto de las tecnologías de comunicación e información (TICS) por su parte?

Básicamente que por el año 2000, con el uso de la computadoras, ya a partir de ahí está el tema de los sitios web, el tema de navegar y usted poder investigar mucho más.

2. ¿Cuál suele ser la frecuencia con la que utiliza tecnologías de comunicación e información, entre ellas redes sociales o herramientas, para la elaboración de materiales periodísticos?

Eso ya es algo del día a día, casi que cualquier nota que se necesite hacer, estamos hoy utilizando las herramientas tecnológicas desde lo más básico que es por ejemplo chequear algunos datos. Recibir algunos datos en algo tan simple como lo es el correo electrónico, el tema de las redes sociales, la transmisión de vídeos para apoyar los contenidos televisivos.

3. ¿Cuántas herramientas de comunicación fueron utilizadas para la generación de información periodística?

Estamos hablando desde el correo electrónico, estamos hablando por ejemplo del Whats App, del Telegram que también es otra red que trabajamos mucho para la transmisión de vídeos, estamos hablando del WeTransfer y también todo esto funciona obviamente con Internet y visito redes sociales a veces para chequear algunos aspectos, donde también hay un trasiego de información que a veces también comparten por ejemplo los equipos, y son contenidos que a veces sirven para nutrir las informaciones.

4. ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información en el perfil profesional del periodista deportivo?

El impacto es grande porque hoy por hoy, el periodista deportivo tiene que ser capaz de sacarle el máximo provecho a las herramientas con las que cuenta y las que eventualmente le da facilidad la empresa, como de las que eventualmente puede nutrirse, entonces el tema de estar al día con la tecnología y con este tipo de plataformas es vital para el periodista en cualquier sentido, tiene por ejemplo una conexión más directa con sus fuentes a través del tema de las redes sociales y a través de esas plataformas para compartir vídeo.

TEMA 2: Describir el uso de las herramientas utilizadas por los comunicadores deportivos para la generación de información periodística durante el segundo semestre del 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son los tipos de tecnologías de comunicación e información utilizados por los periodistas deportivos para el desarrollo de material comunicativo?

Correo electrónico y redes sociales como Whats App y el Internet.

2. ¿Cuántas capacitaciones tomaron los periodistas para comprender el uso de las herramientas comunicativas?

Hubo una con relación a la utilización de una plataforma que utilizamos para poder descargar vídeos, sobre todo de partidos internacionales, entonces ahí se nos dio una capacitación al respecto, también de la instalación del software específico en la computadora que nosotros tenemos en la redacción.

3. ¿El uso de las herramientas comunicativas puede significar un apoyo o amenaza para la profesión del periodista?

Creo que se va a convertir en un apoyo, al final de cuentas todos somos comunicadores, con las herramientas tecnológicas o sin las herramientas tecnológicas. A mí en lo personal me ha tocado vivir con el tema de esa transición cuando por ejemplo la televisión era análoga, cuando tenía que trabajar con casetes y hasta transmitir un partido con un Live View y grabar en archivos de vídeo.

Si bien es cierto para un sector haya un temor de que las herramientas tecnológicas vayan en contra del periodista o del periodismo, yo creo que más bien es todo lo contrario, bien aprovechadas se convierten en espacios para que usted desde la redacción pueda tener más herramientas o en su defecto para que usted pueda capacitarse en este tipo de herramientas tecnológicas y les abra las puertas a nuevas posiciones para el comunicador.

TEMA 3: Explorar la percepción de los periodistas deportivos respecto al posible desarrollo de habilidades comunicativas al incorporar el uso de nuevas tecnologías de comunicación en sus labores en el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:**1. ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades de los periodistas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación?**

Hoy estamos imbuidos en un mar de información, entonces hay que aprender a desarrollar el tema de juzgar hechos, del juzgar datos, eso a veces es muy subjetivo, pero al final de cuentas es una habilidad que usted tiene que desarrollar, porque hay un mar de información y datos y no necesariamente todos los datos que usted encuentra en el internet y las redes sociales puede ser de una fuente confiable como para que usted pueda nutrir sus contenidos porque alguien en una red social puso que “X” jugador llegó a 500 goles no necesariamente es así porque así es, entonces hay que eventualmente hacer un juzgamiento de dónde proviene.

2. ¿Cuánto tiempo invirtieron los periodistas para investigar sobre el uso de las nuevas tecnologías y el cómo pueden mejorar sus habilidades en sus labores informativas?

He estado leyendo e investigando, no tanto porque hoy por hoy tenemos varias tecnologías y uno ve que quizá hay una actualización en algo y ahí uno se pregunta de cómo funciona y uno empieza como se dice popularmente a travesear, pero creo que ya estamos imbuidos en una situación de comunicación en donde hay que hacer es estar actualizándose constantemente con lo que va pasando.

3. ¿La inteligencia artificial puede considerarse parte de la tecnología comunicativa por parte de los periodistas que la utilizan para sus labores?

Creo que sí, lo irá siendo poco a poco aunque algunas personas sean más escépticas a eso que otros, pero ya uno se da cuenta que conforme vayan habiendo profesionales cada vez más jóvenes y que han estado en eras como la de la inteligencia artificial, pues será una herramienta con la que ya habrá gente que haya nacido con ella y ya lo sentirá como algo habitual.

TEMA 4: Describir los aspectos positivos y negativos de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las labores comunicativas según los periodistas de Repretel, Teletica y Tigo Sports durante el segundo semestre de 2024

PREGUNTAS:**1. ¿Cuáles son los aspectos positivos de la incorporación del uso de las tecnologías de comunicación e información por parte de los periodistas deportivos en Repretel, Teletica y Tigo Sports?**

Procesar más rápido los datos es una habilidad que también tiene que desarrollarse, por lo que mencionaba anteriormente, hoy se exige que todo sea más rápido, que los contenidos sean más actuales, la información transcurre en el momento, la gente quiere informarse en el ya; entonces también exige esa capacidad de reacción de una manera más rápida, que si usted tiene que hacer una nota no va a llevarse medio día para hacerla, quizá tenga treinta minutos o una hora y ya estará en contenido televisivo al aire y a través de redes sociales para todo el mundo.

Esa capacidad de poder sintetizar datos, de dar datos correctos, de hacer una escogencia de los datos verídicos para algo en específico, es una habilidad que tiene que desarrollar y tiene que desarrollarla bajo presión y contra el tiempo.

2. ¿Cuáles son las consecuencias para los periodistas deportivos en caso de no contar con aprendizajes o conocimientos sobre las nuevas tecnologías de comunicación e información?

Número 1: Quedarse relegado en el uso de la tecnología y quedarse relegado es perder un caudal de información. La información es como el agua que siempre busca por donde salir y así es la información. Si hay una nueva red social, ahí fluirá un caudal de información de x o y manera.

Aislarse, eso le va a costar eventualmente no reaccionar tan inmediatamente como lo pueden hacer sus competidores, ya sea que trabajen de manera independiente o eventualmente a través de un medio de comunicación. Creo que hoy por hoy no puede haber un comunicador que no utilice las herramientas de comunicación que nos ofrece la tecnología de hoy en día.

Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio.

Anexo 10: Análisis Documental 1

| Ficha de Análisis Documental | |
|--|---|
| Fecha de revisión del texto | 12/5/25 |
| Nombre del documento | Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas! |
| Autor(es) | Otto Salas Murillo |
| Referencia Bibliográfica (según APA 7) | Salas, O (2024) Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas! Universidad de Costa Rica. https://www.ucr.ac.cr/noticias/2024/6/17/las-tecnologias-digitales-en-costa-rica-no-podemos-vivir-sin-ellas.html |
| Palabras claves de búsqueda | Tecnologías digitales, redes sociales, plataformas digitales, digitalización |
| Palabras claves del texto | Aplicaciones, plataformas digitales, tecnología, internet, informe, investigación |
| Ubicación (dónde se encontró el texto: internet, Biblioteca X, repositorio institucional, biblioteca personal, etc.) | Página web de la Universidad de Costa Rica |
| Aporte al tema de mi investigación | Brinda información respecto al uso de plataformas y tecnologías digitales en Costa Rica. |
| Conceptos, datos o información que aborda el texto y que son útiles para mi investigación | Porcentaje de la población que utiliza plataformas digitales, tecnologías digitales y redes sociales en Costa Rica. |

| | |
|---|--|
| | Brecha de edad que existe entre los usuarios costarricenses que utilizan plataformas digitales y redes sociales. |
| Pregunta 1: | ¿Cuáles son los aspectos negativos del uso de la tecnología de comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | Según se afirma en esta publicación, el uso de las plataformas digitales en Costa Rica tiene consecuencias significativas en diversos ámbitos, por ejemplo: proporciona información valiosa para comprender fenómenos complejos como la difusión de desinformación, la formación de la cultura política, las tendencias de consumo, el papel de la inteligencia artificial en la vida cotidiana y la consolidación de nuevas formas de sociabilidad digital. (Salas, 2024) |
| Pregunta 2 | ¿Cuáles son los tipos de herramientas comunicativas que existen? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | El Informe del Cicom UCR revela que Costa Rica destaca en América Latina por el alto uso de las tecnologías digitales, con un 90 % de la población usando redes sociales, 98 % en cuanto a aplicaciones de mensajería, y 84 % en cuanto a plataformas de entretenimiento. (Salas, 2024) |
| Pregunta 3 | ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas? |

| | |
|---|---|
| <p>Respuesta que da el texto (colocar cita)</p> | <p><i>“En el tema de las redes sociales y mensajería, Facebook sigue siendo la más usada (85 %), y es muy frecuente entre los 18 y 54 años, pero su uso disminuye después de los 55 años”</i> (Salas, 2024)</p> <p>Instagram aumentó a 48 % y es popular entre menores de 35 años, con educación secundaria y universitaria, y principalmente del Valle Central. Por su parte, TikTok alcanzó un 45 % de uso, predominantemente entre jóvenes con educación secundaria. Mientras que X, conocida como Twitter, tiene un uso constante del 2 %, y principalmente por hombres del Valle Central con estudios universitarios. (Salas, 2024)</p> |
| <p>Observaciones (apuntes que sean importantes además de las respuestas a las preguntas de investigación)</p> | <p>Si bien en el documento no se incluye información referente al uso de las tecnologías de la comunicación e información, aborda el uso constante que se le da en la sociedad de Costa Rica en años recientes.</p> |

Anexo 11: Análisis Documental 2

| Ficha de Análisis Documental | |
|--|---|
| Fecha de revisión del texto | 12/5/25 |
| Nombre del documento | ¿Está Costa Rica conectada?: La importancia de las TIC en el desarrollo nacional |
| Autor(es) | Luis Castro Hernández & Kerlyn Suárez Espinoza. |
| Referencia Bibliográfica (según APA 7) | Castro, L & Suárez, K (2024) ¿Está Costa Rica conectada?: La importancia de las TIC en el desarrollo nacional. Universidad Nacional de Costa Rica. |
| Palabras claves de búsqueda | TIC, tecnologías de comunicación e información, innovación, competitividad |
| Palabras claves del texto | Tecnologías de comunicación e información, TIC, productividad, plataformas digitales, internet |
| Ubicación (dónde se encontró el texto: internet, Biblioteca X, repositorio institucional, biblioteca personal, etc.) | Plataforma web de la Universidad Nacional Comunica, Oficina de Comunicación |
| Aporte al tema de mi investigación | Este texto aporta en el apartado del uso de las tecnologías de comunicación e información en Costa Rica y el cómo ha intervenido la digitalización en el país. |
| Conceptos, datos o información que aborda el texto y que son útiles para mi investigación | El texto comparte información referente al uso de las tecnologías de comunicación e información en Costa Rica y su impacto en la productividad y acceso al mercado laboral en el país. |
| Pregunta 1: | ¿Cuáles son los aspectos negativos del uso de la tecnología de comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <i>“Sin embargo, la presencia de barreras significativas, como la carencia de habilidades digitales y recursos tecnológicos, limita el potencial de muchas microempresas, lo que resalta la urgente necesidad de invertir en tecnología, infraestructura y programas de formación”</i> (Castro & Suárez, 2024) |

| | |
|--|---|
| | |
| Pregunta 2 | ¿Cuáles son las mejoras en las habilidades y capacidades con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <i>“Estas herramientas no solo fomentan la innovación y mejoran la productividad en diversos sectores económicos, sino que también desempeñan un papel vital en la conexión y comunicación de comunidades, emprendedores y sus actividades productivas”</i> (Castro & Suárez, 2024) |
| Pregunta 3 | ¿Cuántas personas tienen acceso al Internet? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | En lo que respecta al acceso a Internet, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 81,7% de los hogares costarricenses tienen acceso a Internet, para lo que utilizan principalmente conexiones de fibra óptica (30,3%) y cable (35,3%). (Castro & Suárez, 2024) |
| Pregunta 4 | ¿Cuáles son los aspectos positivos de incorporar las tecnologías de comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | La capacidad transformadora de las TIC en las economías se manifiesta en su habilidad para mejorar la productividad, facilitar el acceso a nuevos mercados, propiciar encadenamientos productivos, motivar la innovación, promover la educación a través de plataformas digitales, entre otros beneficios. (Castro & Suárez, 2024) |
| Observaciones (apuntes que sean importantes además de las respuestas a las preguntas de investigación) | El documento incluye un porcentaje efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del número de hogares que incorporaron el Internet, lo cual puede complementar el consumo de plataformas web por parte de las personas para mantenerse informadas en diferentes apartados, como es el caso de la sección deportiva. |

Anexo 12: Análisis Documental 3

| Ficha de Análisis Documental | |
|--|--|
| Fecha de revisión del texto | 13/05/25 |
| Nombre del documento | ¿Qué son las TIC y para qué sirven? |
| Autor(es) | Universidad Latina de Costa Rica |
| Referencia Bibliográfica (según APA 7) | Universidad Latina de Costa Rica (2020) ¿Qué son las TIC y para qué sirven? Universidad Latina de Costa Rica. |
| Palabras claves de búsqueda | TIC, tecnologías de comunicación e información, distribución de información, tecnología. |
| Palabras claves del texto | Tecnologías de comunicación e información, TIC. |
| Ubicación (dónde se encontró el texto: internet, Biblioteca X, repositorio institucional, biblioteca personal, etc.) | Plataforma web de la Universidad Latina de Costa Rica. |
| Aporte al tema de mi investigación | El texto comparte la definición de tecnología de comunicación e información, así como para qué funcionan. |
| Conceptos, datos o información que aborda el texto y que son útiles para mi investigación | Las tecnologías de comunicación e información o TIC se pueden comprender como las herramientas o instrumentos que permiten a las personas llevar a cabo una mejor distribución de la información. |
| Pregunta 1: | ¿Qué son las tecnologías de comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <i>“Las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación son los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: ordenadores, teléfonos, televisores, etc.”</i> (Universidad Latina de Costa Rica, 2020) |
| Pregunta 2 | ¿Cuáles son los tipos de herramientas comunicativas? |

| | |
|--|--|
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <p>A través del paso del tiempo la utilización de este tipo de recursos se ha incrementado y actualmente presta servicios de utilidad como el correo electrónico, la búsqueda y el filtro de la información, descarga de materiales, comercio en línea, entre otras (Universidad Latina de Costa Rica, 2020).</p> |
| Pregunta 3 | ¿Cuál es el impacto del uso de la tecnología de comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <p><i>“Con el desarrollo de la tecnología y la búsqueda de nuevas formas de comunicación más eficientes, las TIC se han posicionado como uno de los pilares básicos de la sociedad”</i> (Universidad Latina de Costa Rica, 2020)</p> |
| Pregunta 4 | ¿Cuál es un aspecto positivo de las tecnologías de la comunicación e información? |
| Respuesta que da el texto (colocar cita) | <p>Su función principal es facilitar el acceso a la información fácil y rápida en cualquier formato, esto es posible a través de la inmaterialidad; es decir de la digitalización de la información para almacenarla en grandes cantidades o tener acceso aún si está en dispositivos lejanos. (Universidad Latina de Costa Rica, 2020)</p> |
| Observaciones (apuntes que sean importantes además de las respuestas a las preguntas de investigación) | <p>En un apartado del texto, se menciona que uno de los beneficios que se puede presentar con el uso de las tecnologías de comunicación e información, es el desarrollo de profesionales a través del intercambio de información, lo cual va en la línea de la investigación.</p> |