

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

BACHILLERATO EN PERIODISMO

“ANÁLISIS DE LA COBERTURA Y AUDIENCIA DE DEPORTES
ALTERNATIVOS EN EL MEDIO DE COMUNICACIÓN
REPRESENTACIONES TELEVISIVAS S.A., EN COSTA RICA,
SEGÚN PERIODISTAS Y TELEVIDENTES, DURANTE EL PRIMER
CUATRIMESTRE DE 2023 COMPARADO CON LOS JUEGOS
OLÍMPICOS DE TOKIO 2020”

ESTUDIANTE:

ERICK ESTEBAN BOLAÑOS SOLANO

TUTOR:

ANDRÉS RAMÍREZ FERNÁNDEZ

SEDE CENTRAL

MARZO, 2023

Índice

Capítulo I: Introducción	16
Planteamiento del problema	16
Objetivos de la investigación	18
Objetivo general.	18
Objetivos específicos.	18
Justificación de la investigación.....	19
Antecedentes	20
Historia del fútbol en Costa Rica.....	20
Historia de los deportes alternativos en Costa Rica.	22
Antecedentes de investigación internacionales.	25
Antecedentes de investigación nacionales.....	28
Antecedentes de cobertura de deportes alternativos en medios de comunicación.	31
Proyecciones de la investigación.....	32
Capítulo II: Marco teórico	34
Deportes	34
Deportes tradicionales	35
Deportes no tradicionales o alternativos	36
Juegos Olímpicos	36
Comunicación.....	37
Psicología de la comunicación	38
Periodismo deportivo	39
Narración deportiva.....	39
Crónica deportiva	40
Nota periodística	40
Periodismo televisivo	41
Cobertura mediática o cobertura de prensa.....	42
Transmisiones en vivo.....	42
Plan de comunicación.....	43
Sala de redacción.....	43
Audiencia	44
Interés de la audiencia	45

‘Zapping’ o ‘channel surfing’	46
Capítulo III: Metodología de la investigación	47
Enfoque de la investigación	47
Diseño de la investigación.....	48
Fuentes de información	50
Sujetos de información.....	51
Población.	51
Muestra.	51
Tamaño de la muestra.....	53
Características de inclusión para la encuesta.....	53
Características de exclusión para la encuesta.	53
Características de inclusión para entrevista a expertos.	54
Características de exclusión para entrevista a expertos.....	55
Características de inclusión para análisis de contenido.....	55
Características de exclusión para análisis de contenido.	56
Unidades de análisis	56
Instrumentos de medición	58
Recolección de Datos	59
Análisis de contenido.....	60
Encuesta.....	60
Entrevista a expertos.....	61
Capítulo IV: Análisis de resultados	62
Análisis de casos	62
Análisis de caso #1	63
Análisis de caso #2	64
Análisis de entrevista a expertos	65
Resultados de encuesta a potencial audiencia	75
Gráfico #1	76
Gráfico #2.....	76
Gráfico #3.....	77
Gráfico #4.....	78
Gráfico #5.....	79

Gráfico #6.....	79
Gráfico #7.....	80
Gráfico #8.....	81
Gráfico #9.....	81
Gráfico #10.....	82
Gráfico #11.....	83
Gráfico #12.....	83
Gráfico #13.....	85
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	86
Conclusiones generales	86
Objetivo 1. Identificar el tipo y la frecuencia de la cobertura mediática que reciben los deportes alternativos en Repretel en comparación con el fútbol como deporte popular y tradicional costarricense.	87
Objetivo 2. Comparar la frecuencia de la cobertura mediática entre el momento de los Juegos Olímpicos 2020 y el primer cuatrimestre de 2023.	88
Objetivo 3. Determinar el interés que tiene la población costarricense en las noticias sobre deportes alternativos y los deportes que atraen más audiencias, según medio y consumidores.	88
Recomendaciones.....	90
Capítulo VI: Propuesta.....	92
Objetivos	92
Objetivo general.	92
Objetivos específicos.....	92
Estrategia de difusión	92
Referencias.....	95
Anexos	102
Anexo 1	102
Lista de deportes que se desarrollaron durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.	102
Anexo 2	103
Análisis de contenido completo.....	103
Análisis de contenido 1:.....	103
Análisis de contenido 2:.....	105
Anexo 3	108
Cuestionario de la encuesta.	108

Tablas

Tabla 1. Criterios de selección de población	51
Tabla 2. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	53
Tabla 3. Características de exclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.	53
Tabla 4. Datos para realización de entrevista a expertos. Fuente: Elaboración propia.	54
Tabla 5. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	54
Tabla 6. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	55
Tabla 7. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	56
Tabla 8. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.....	56
Tabla 9. Unidades de análisis. Fuente: Elaboración propia	58
Tabla 10. Datos de aplicación de cuestionario. Elaboración propia	61
Tabla 11. Análisis de contenido durante los Juegos Olímpicos. Fuente: Elaboración propia.....	63
Tabla 12. Análisis de contenido durante el primer cuatrimestre de 2023. Fuente: Elaboración propia	64

Figuras

Figura 1. Método de investigación mixta. Fuente: Elaboración propia con base en Hernández et al (2018).....	47
Figura 2. Diseño DEXPLOS. Fuente: Hernández, et al., (2018, p.552)	42
Figura 3. Diseño DEXPLIS. Fuente: Hernández, et al., (2018, p. 554).....	49

Capítulo I: Introducción

Planteamiento del problema

La cobertura de deportes alternativos en Costa Rica es algo que frecuentemente es cuestionado por parte de la audiencia hacia los medios de comunicación nacionales, ya que frecuentemente el público en general afirma, principalmente por medio de redes sociales, que en el país los medios de comunicación solo cubren noticias de fútbol en su sección de deportes.

Ante este cuestionamiento, surgió la idea de analizar la cobertura que se realiza por parte de los medios de comunicación nacionales a los deportes alternativos que se practican en el territorio nacional, con el fin de identificar la amplitud de esta cobertura y, en especial, investigar también el consumo que reciben los medios a la hora de emitir noticias o generar contenido referente a este tipo de deportes.

En ese sentido, es urgente investigar un tema como este debido a que el universo de deportes y disciplinas que se practican en el país es muy amplio y por ende es necesario identificar si se le da la cobertura adecuada y, sobre todo, si la audiencia realmente consume este tipo de contenido y cuáles son los deportes, fuera del fútbol masculino, que más les llama la atención a las personas en Costa Rica.

A partir de esto, tras la realización de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 (los cuales se llevaron a cabo entre el 23 de julio y el 8 de agosto de 2021 debido a la pandemia de COVID-19), se optó por realizar un análisis al medio nacional Representaciones Televisivas S.A. (de ahora en adelante identificado como Repretel) debido a que este fue el que le dio cobertura con transmisiones en vivo a este evento. Con esto se pretende investigar si se mantiene la cobertura para estos deportes, a cuáles se les da cobertura y si la audiencia consume este contenido.

Este medio es uno de los más reconocidos en el país y es uno de los que llega a más personas en Costa Rica, pues es un medio de televisión abierta que puede ser consumido por aquella población que tenga un televisor en su casa, incluso aunque no cuente con los servicios de internet y de televisión por cable en su hogar.

Según datos obtenidos del Informe de Estadísticas de Telecomunicaciones realizados por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL), el cual toma también información de la

Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) de 2021 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 1 de cada 4 viviendas en el país cuentan con televisor, pero no con un servicio por suscripción, lo cual significa que consumen solamente televisión abierta. (p 151)

Si a esto se le suma que para 2021 la ENAH también reveló que un 20,9% de la población costarricense no utiliza Internet, esto significa que aún hay muchas personas para las que la televisión es uno de los pocos medios que tienen de entretenimiento y para informarse.

La falta de cobertura a deportes alternativos, que para efectos de esta investigación hacen referencia a todos los que se practican en el país de forma competitiva y regulada, es un problema que desde hace varios años se ha denunciado por parte de algunos consumidores principalmente por medio de redes sociales; por lo cual, esta investigación tomará como base el trabajo realizado durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y lo comparará con la cobertura durante el primer cuatrimestre de 2023, tomando en cuenta también la audiencia recibida en ambos períodos.

Cabe destacar que según el sitio web oficial de los Juegos Olímpicos, en la edición de Tokio 2020 se abarcaron 46 disciplinas distintas; mientras que el Instituto Costarricense de Deporte y Recreación (ICODER, 2022a) reveló en su programa para los Juegos Deportivos Nacionales (JDN) 2022-2023 que habrá un total de 24 disciplinas sin tomar en cuenta los deportes adaptados para personas con discapacidad, las cuales representan 6 disciplinas más.

Sobre este último dato, cabe destacar que algunas disciplinas como surf o BMX freestyle no son tomadas en cuenta para los JDN, aunque son disciplinas que sí se practican en Costa Rica e incluso fueron las que tuvieron mejores resultados en los Juegos Olímpicos con las participaciones de Brisa Hennessy y Kenneth Tencio. Además, otro deporte que no está contemplado en los JDN es el rugby, aunque esta disciplina cuenta incluso con una liga nacional regulada por la Federación Costarricense de Rugby.

Otro elemento importante es que el ICODER (2022b) también cuenta con un registro de 40 federaciones y entes que se encargan de regular distintas disciplinas a escala general, asimismo que también registró un total de 64 entidades que se encargan de la organización y regulación de eventos y competencias particulares.

Tomando en cuenta esto, es importante entender que incluso para un medio de comunicación especializado en deportes es prácticamente imposible cubrirlos todos, sin embargo,

estos datos reflejan que en Costa Rica se practica una gran cantidad de disciplinas y que por ello es necesario identificar cuáles, después del fútbol, son los más importantes y los que generan más interés en la audiencia.

Esto es importante porque de no abordar este problema, los medios de comunicación, como en este caso sería Repretel, no tendrían la posibilidad de identificar sus puntos de mejora en la cobertura de este tipo de deportes, no se tendrá conocimiento sobre cuáles otros deportes le interesan al público costarricense y las entidades encargadas de regular estos deportes no podrán realizar acciones para intentar exponerse ante un público de mayores dimensiones.

Esto último es clave porque este problema no afecta únicamente a los medios de comunicación, sino también a los atletas, clubes deportivos y entidades federativas que se desempeñan y regulan las distintas disciplinas que serán abordadas en esta investigación.

Finalmente, esta investigación buscará averiguar: ¿cómo es la cobertura y la audiencia de deportes alternativos en Repretel durante el primer cuatrimestre de 2023 en Costa Rica, según periodistas y consumidores, en comparación con los Juegos Olímpicos de Tokio 2020?

Objetivos de la investigación

Objetivo general.

Analizar la cobertura y la audiencia de deportes alternativos en Repretel según periodistas y consumidores, en Costa Rica, durante el primer cuatrimestre de 2023 en comparación con los Juegos Olímpicos de 2020.

Objetivos específicos.

Identificar el tipo y la frecuencia de la cobertura mediática que reciben los deportes alternativos en Repretel en comparación con el fútbol como deporte popular y tradicional costarricense.

Comparar la frecuencia de la cobertura mediática entre el momento de los Juegos Olímpicos 2020 y el primer cuatrimestre de 2023.

Determinar el interés que tiene la población costarricense en las noticias sobre deportes alternativos y los deportes que atraen más audiencias, según medio y consumidores.

Justificación de la investigación

Esta investigación traerá distintos beneficios a diferentes sectores como la academia y la teorización, ya que se podrán identificar los contenidos que generan interés en la población en el área deportiva y por ende se podrá conocer cuáles son los deportes, aparte del fútbol, donde la academia y la teoría deben enfocarse para preparar de mejor manera a los estudiantes de periodismo que cursen la carrera en Costa Rica.

Por otro lado, traerá importantes beneficios a la industria del deporte y los medios de comunicación, ya que de la misma forma que ocurre con la academia, la investigación permitirá reconocer a los medios de comunicación cuál contenido le puede generar más ingresos de los que recibe actualmente y en el caso de entidades deportivas, también podrán conocer cuál es su posición con respecto a la audiencia y si tienen que tomar una mayor o menor cantidad de medidas y estrategias para que su deporte llegue a una mayor audiencia.

Aquí es importante mencionar que, tal y como explica Ramírez (2003), un producto periodístico como lo puede ser un programa depende de los patrocinadores que obtenga y la llegada de estos está vinculada a la audiencia que cualquier producción reciba. Por lo tanto, es clave conocer cuáles disciplinas atraen mayor audiencia porque son esos deportes los que pueden recibir más y mejores patrocinios, de manera que se obtienen ingresos suficientes y en mayores cantidades que permiten mantener y mejorar el contenido que se ofrece al consumidor.

A esto hay que añadirle que según Álvarez y Tristán (2018), las personas, como público consumidor, demandan y tienen un mayor interés en las noticias de deportes, sucesos y entretenimiento por encima de las de política o economía. Esto quiere decir que los deportes son una de las principales fuentes para generar y atraer audiencia, y por ende, más ingresos.

Por tal motivo, con esta investigación la sociedad en general tendrá la oportunidad de que se identifiquen y se les dé visibilidad a sus intereses en materia deportiva, pues se profundizará en esta área de manera que podrán recibir contenido informativo aún más preciso con respecto al que actualmente reciben y les interesa consumir.

Tanto la cobertura como la audiencia de los deportes alternativos en Costa Rica, en especial quienes consumen el medio de comunicación Repretel, podrán contar con mejores herramientas al final de esta investigación para generar y recibir mejor información sobre estas disciplinas.

Antecedentes

A continuación, en este punto del proyecto se recopilarán elementos de información ya existente que pueden ser relevantes para el tema de estudio que se abarca en la presente investigación; entre los cuales se tomarán en cuenta desde la historia del fútbol y los deportes alternativos en Costa Rica; hasta investigaciones académicas que de alguna manera se puedan relacionar con el tema de este proyecto.

Historia del fútbol en Costa Rica.

De acuerdo con la Federación Costarricense de Fútbol (FCRF, s.f.), este deporte podría haber tenido sus inicios en el país entre 1876 y 1887, con el regreso de Óscar Pinto Fernández, un costarricense que viajó a estudiar a Inglaterra (país donde se originó el fútbol en su estructura actual) y comenzó a jugarlo en Costa Rica junto a su excompañero de habitación Gonzalo Quirós Fonseca, luego de que Pinto trajo consigo un balón y uniformes como los que se utilizaban en dicha época en Inglaterra. (párr. 1)

Según el ente regulador, durante esa época Pinto y Quirós jugaban junto a otras personas principalmente en La Sabana y en San Juan de Tibás, sin embargo, fue hasta alrededor de 1894 y 1896 que esta disciplina comenzó a practicarse de forma más organizada en Costa Rica, específicamente en San José, cuando empresarios ingleses que llegaron a construir el ferrocarril jugaban junto a costarricenses que previamente, de forma similar a Pinto y Quirós, fueron a estudiar a Inglaterra. Ya para 1999 el fútbol había llegado a la clase obrera y a inicios del siglo XX se extendió a otras provincias como Alajuela, Heredia, Cartago y Limón. (párr. 1,4)

La FCRF (s.f.) destaca que para 1904 se comenzaron a formar los primeros clubes de fútbol en el país y que el primer paso para una organización más formal fueron las fundaciones del Club Sport La Libertad, en 1905, y del Club Sport Cartaginés en 1906. Posteriormente surgieron otros equipos como Gimnástica Española, la Liga Deportiva Alajuelense y el Club Sport Herediano, quienes junto al Club Sport La Unión y la Gimnástica Limonense compitieron en la primera edición de la Liga Nacional de Fútbol, desarrollada en 1921 con el CS Herediano como ganador. (párr. 5,10)

A partir de la creación de la Liga Nacional de Fútbol, esta se convirtió en un ente que 10 años después, en 1931, adoptó el nombre de Federación Deportiva de Costa Rica, hoy conocido

como la Federación Costarricense de Fútbol. Para 1927 ya se había unido a la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) y la FCRF destaca que desde sus inicios el fútbol contó con el apoyo de la Iglesia y del gobierno, lo cual llevó a que este deporte tuviera un gran desarrollo en el territorio nacional y que por eso “se convirtió en el deporte preferido de los costarricenses hasta la fecha”. (FCRF, s.f., párr. 11-12)

Actualmente, los tres equipos que tienen más títulos nacionales son el Deportivo Saprissa con 37, Alajuelense con 30 y Herediano con 29 y a nivel de selección nacional y el sitio web Goal (2022) destaca que Costa Rica ha participado en 6 Copas del Mundo mayores masculinas de la FIFA en 1990, 2002, 2006, 2014, 2018 y 2022; de las cuales en 4 quedó eliminada en fase de grupos y en 2 avanzó a la fase de eliminación directa. (párr. 1-2)

En 1990 Costa Rica venció a Escocia y Suecia superó la etapa de grupos y avanzó a la ronda de octavos de final tras del Mundial tras vencer a Escocia y Suecia, sin embargo, quedó eliminado al perder 4-1 ante Checoslovaquia. En 2014 logró una de sus más grandes hazañas, donde alcanzó la etapa de cuartos de final y finalizó octava del mundo tras superar en la fase de grupos a tres excampeones del mundo como Uruguay, Italia e Inglaterra, además de vencer en penales a la selección de Grecia en octavos de final. (ICODER, 2021, pp. 39, 47).

En cuanto a la selección de fútbol femenina, esta participó en la Copa del Mundo de 2015 donde quedó eliminada en primera ronda y está próxima a disputar su segundo Mundial en 2023.

A nivel de selecciones menores con límite de edad, Costa Rica logró una de sus más grandes hazañas deportivas en la Copa Mundial sub-20 de Egipto 2009, en donde finalizó con un histórico cuarto lugar tras alcanzar las semifinales del torneo (ICODER, 2021, p. 41).

Algunos de los futbolistas más destacados de Costa Rica a lo largo de su historia son Keylor Navas, Shirley Cruz, Bryan Ruiz, Paulo César Wanchope, Rolando Fonseca, Walter Centeno, Mauricio Montero, Luis Gabelo Conejo, Hernán Medford, Jorge Hernán “Cutty” Monge, José Rafael “Fello” Meza y Alejandro Morera Soto, entre otros.

Tanto Keylor Navas como Shirley Cruz lograron el título más importante del planeta nivel de clubes, la UEFA Champions League, el primero en tres ocasiones con el Real Madrid en 2016, 2017 y 2018 mientras que Cruz lo alcanzó en 2011 y 2012 con el Olympique de Lyon. Además,

ambos obtuvieron luego un segundo lugar tras perder nuevamente una final con el Paris Saint-Germain (pp. 43, 49).

En cuanto a organización de eventos, destaca que Costa Rica fue sede de la Copa Mundial Femenina sub-17 de la FIFA de 2014 y de la Copa del Mundo Femenina sub-20 en 2022.

Historia de los deportes alternativos en Costa Rica.

De acuerdo con Lobo (2021), la práctica de los deportes en Costa Rica comenzó a finales del siglo XIX, en donde destaca a las carreras de caballos como la primera disciplina que se empezó a desarrollar en el país alrededor de 1875 (un año antes que el fútbol) (párr. 6).

“Posteriormente, otros deportes empezaron a ser practicados en los alrededores de la Sabana, como el béisbol en 1896, el cricket en 1899, el polo en 1902, el atletismo en 1905 y el golf en 1908, entre otros” (Lobo, 2021, párr. 7).

Este autor destaca al atletismo como uno de los deportes alternativos que tomó mayor relevancia a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, principalmente con la llegada de profesores provenientes de Europa y la inclusión de la asignatura de educación física cuando se crearon el Liceo de Costa Rica y el Colegio de Señoritas. A esto se le suma la aparición de los primeros Juegos Olímpicos modernos de Atenas 1896, donde el atletismo fue la disciplina de mayor relevancia. (párr. 8,12)

Según Jurado (2016), citado por el ICODER (2021), en el país se intentó participar en unos Juegos Olímpicos por primera vez para la edición de Berlín 1936, sin embargo, el Comité Olímpico Internacional (COI) rechazó en primera instancia dicha participación debido a que uno de los requisitos era que el país tuviera un comité olímpico propio, lo cual en ese momento no existía en Costa Rica (p. 12).

Finalmente, según dicho relato, el 17 de setiembre de ese mismo año se constituyó el Comité Olímpico Nacional (CON) y el esgrimista Bernardo de la Guardia se convirtió en el primer costarricense que participó en unos Juegos Olímpicos.

Desde entonces, Costa Rica volvió a aparecer en unos Juegos Olímpicos hasta la edición de Tokio 1964 y a lo largo de su historia de dichas competencias solamente han logrado obtener una medalla olímpica, las cuales son las hermanas Claudia y Silvia Poll en natación. La primera

medalla en la historia de Costa Rica fue una de plata obtenida por Silvia Poll en los JJOO de Seúl 1988, mientras que Claudia Poll logró un histórico oro en Atlanta 1996 y dos medallas de bronce en Sídney 2000). (p 13)

Después de eso, la única hazaña equivalente a obtener una medalla olímpica realizada por un deportista costarricense fue la de Sherman Güity en los Juegos Paralímpicos de Tokio 2021, donde obtuvo una de medalla de oro estableciendo un récord mundial y una de plata en atletismo de velocidad (ICODER, 2021, p. 52).

Estos tres atletas conforman el Cuadro de Honor de Atletas Olímpicos y Paralímpicos de Costa Rica junto a otros deportistas que, si bien no ganaron una medalla, también obtuvieron resultados destacados. Estos atletas son Kenneth Tencio (cuarto lugar en ciclismo BMX Freestyle de Tokio 2020), Brissa Hennessy (quinto puesto en surf de Tokio 2020), Kristopher Moitland (sexta posición en taekwondo de Beijing 2008), Andrés Brenes (sexto lugar en ciclismo de montaña de Atlanta 1996) y Andrés Molina (quinto puesto en taekwondo paralímpico de Tokio 2020). (ICODER, 2021, p. 53)

Otras hazañas importantes han sido la de Rafael Ángel Pérez cuando ganó la carrera San Silvestre de Sao Paulo, Brasil en 1974 y la media maratón de San Blas de Illescas de 1976 en Puerto Rico; las cuales se consideran los primeros grandes logros de un atleta costarricense a nivel internacional.

Posteriormente, otros deportistas costarricenses también obtuvieron logros importantes también en atletismo como Nery Brenes, quien ganó una medalla de oro en los Panamericanos de 2011 y un Campeonato Mundial en 2012, mientras que Andrea Vargas también obtuvo una medalla de oro en los Panamericanos de 2019.

En ciclismo, el deportista Andrés Brenes fue campeón de la Vuelta a Costa Rica en 1994 y medalla de plata en los Juegos Panamericanos de 1995; mientras que Andrey Amador compitió en reiteradas ocasiones en las competencias más importantes del planeta como el Tour de Francia, la Vuelta a España y Giro de Italia. En esta última competencia, Amador hizo historia al ganar la etapa 14 en el 2012 y al lograr un cuarto lugar del Giro completo en 2016. (ICODER, 2021, pp. 38, 50)

Adicionalmente destacan en boxeo las pugilistas Hanna Gabriel y Yokasta Valle, ambas coronadas como campeonas mundiales en reiteradas ocasiones. La primera logró dicho título primero en 2010 con la categoría wélter y posteriormente en súper wélter en 2010 y 2014, todos reconocidos la Organización Mundial de Boxeo (OMB); mientras que en 2016 volvió a ganar un título de dicha categoría ahora reconocido por la Asociación Mundial de Boxeo (AMB).

Yokasta Valle, quien para el momento de esta investigación se mantiene activa, logró títulos mundiales en las categorías de mini mosca junior (2016), mosca (2019) y 108 libras (2022), donde incluso llegó a unificar títulos reconocidos por Federación Internacional de Boxeo (FIB) y la OMB en las últimas dos categorías (ICODER, 2021, p. 48) (Jiménez, 2022, párr. 1, 2).

Otros atletas destacados en la historia de Costa Rica son el tenista Juan Antonio Marín y beisbolista Donald “Danny” Hayling.

Según explicó Pandolfo (2017), Marín fue un tenista nacido en Costa Rica que desarrolló su carrera en el tour mundial de la Asociación de Tenistas Profesionales (ATP), y es el único costarricense en ganar la Copa del Café y un título del tour tras obtener el ATP 250 de Bastad, Suecia en 1999; además de que un año antes también venció al entonces número 2 del mundo, Marcelo Ríos, en 1998. (párr. 5, 8)

Santamaría (2021), por su parte, destaca que Marín también llegó a ocupar el puesto 55 del ranking mundial en 1999, año donde no solo ganó el torneo de Bastad, sino que también participó en uno de los torneos más importantes del mundo como el Grand Slam de Roland Garros, donde cayó derrotado en un memorable partido de cinco sets ante uno de los que se considera entre los mejores jugadores de la historia como Pete Sampras.

Por otro lado, Donald Hayling, según explica Rojas (2009), fue un beisbolista costarricense que en la década de los años 40 se fue a jugar a los Estados Unidos en 1950 firmó con un contrato profesional con Los Angeles Dodgers, uno de los equipos más importantes de las Grandes Ligas de Estados Unidos. Si bien no llegó a competir en las divisiones mayores, sí desarrolló la carrera más importante en este deporte para un costarricense, la cual finalizó en 1968 tras jugar 9 años en la Liga Mexicana de Béisbol. (párr. 4, 6)

Finalmente, el ICODER (2021) destaca dentro de la historia del deporte costarricense la organización de los Juegos Deportivos Centroamericanos de San José 2013, así como la

realización anual de los Juegos Deportivos Nacionales en donde se desarrollan competencias de múltiples disciplinas que incorporan atletas de todo el país (pp. 34, 46).

Antecedentes de investigación internacionales.

Tras haber repasado elementos históricos del deporte en Costa Rica, también es necesario analizar investigaciones tanto internacionales como nacionales para tener una referencia de los estudios realizados y los hallazgos ya obtenidos por parte de la academia anteriormente.

Como primer antecedente internacional se tiene a la investigación “Deportes en los Juegos Olímpicos: Su reflejo en los medios de comunicación y buscadores”, la cual fue realizada en la Universidad de Sevilla, España por Fernández (2021).

Sus objetivos fueron analizar los medios principales en España para conocer la importancia de las nuevas disciplinas olímpicas, comprobar si existe relación entre el anuncio de nuevas disciplinas olímpicas y su aparición en los grandes medios deportivos; y descubrir si el anuncio del COI también influye en el número de búsquedas de la disciplina en internet.

Esta investigación realizó un análisis mixto que combinó elementos cualitativos y cuantitativos, donde se tomaron en cuenta cuatro disciplinas (surf, *skateboarding*, baloncesto 3x3 y break dance) en conjunto con cuatro medios de comunicación españoles en su versión digital (El País, El Mundo, Marca y Mundo Deportivo).

Como conclusión más importante destaca que, según el autor, el hecho de que Comité Olímpico Internacional incluya a un deporte dentro del programa olímpico ya sea de los Juegos Olímpicos de la Juventud o de los propios Juegos Olímpicos, es un aliciente que hace que dichos deportes aparezcan y ocupen lugares en los medios, independientemente de si anteriormente eran populares o no.

En ese sentido, este antecedente se vincula en gran medida a este estudio ya que revela el peso que tienen los Juegos Olímpicos en el interés de las personas por conocer otros deportes, analiza la cantidad de noticias y el contenido generado sobre los deportes seleccionados para la investigación en dicho período y también destaca el desafío que tienen los medios de comunicación para atraer una audiencia que es diferente hoy a como lo era hace 20 o 30 años.

Por otro lado, también se tomó el antecedente de la investigación “La *performance* periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile”, en una investigación que fue realizada desde dicho país por Mellado y Scherman (2019).

En esta sus autores colocaron dos objetivos, los cuales consistieron en establecer si las noticias deportivas presentan estilos de reporte distintos de los de otras secciones de los medios (número de fuentes, diversidad de puntos de vista y presencia de información verificable); y establecer si existen diferencias significativas entre los roles periodísticos que se ponen en práctica en la cobertura de la sección de deportes y los roles que se materializan en otras secciones de los medios.

Como parte de la metodología, los autores seleccionaron un método también mixto en donde eligieron, por medio de valores numéricos de audiencia, ocho de los medios de comunicación nacionales más importantes de Chile, donde eligieron dos de prensa impresa, dos de prensa exclusivamente digital, dos canales de televisión y dos emisoras de radio de Chile. En este análisis compararon las coberturas deportivas con las que se realizan en secciones de política y entretenimiento.

Entre sus conclusiones, destacan principalmente diferencias entre las coberturas de deportes y política, pues indican que los periodistas deportivos consultan un menor número de fuentes, presenta una falta de rigor y de profundidad; asimismo que presentan al público información menos verificable.

Eso sí, también reconoce que el rol del periodista en el área de deportes es más intervencionista (opina e interpreta más) y que no fiscaliza autoridades como sí se hace en política; sobre lo cual más bien cuestiona que los periodistas deportivos suelen tener una cercanía inapropiada éticamente en la parte de su relación con las fuentes.

Este antecedente es importante para la investigación por realizar debido a que analiza el desempeño de los periodistas en sus labores, donde se aprecia también del nivel de preparación que tienen y la forma en que suelen ejercer la profesión. Para este proyecto también se pretende analizar cómo cubren los periodistas de Costa Rica los deportes alternativos que serán estudiados.

Como tercer antecedente se encuentra la investigación “Deportes minoritarios o minorizados. Reportaje audiovisual sobre la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo y la infrarrepresentación de determinadas modalidades en los medios españoles”, la cual fue desarrollada en España por Oliveros (2017).

Esta tuvo entre sus objetivos específicos “demostrar que los deportes minoritarios, en realidad, no lo son tanto y que son los medios de comunicación los que se encargan de adjuntarles ese apellido”; explicar el porqué del contrapunto de los Juegos Olímpicos, donde la cobertura de este tipo de deportes es notable, en detrimento de competiciones nacionales o mundiales; e indagar sobre el interés de la prensa y de la sociedad por la polémica, por las informaciones triviales y las confrontaciones entre periodistas que ha llevado al éxito de nuevos espacios televisivos.

Para esta investigación la autora eligió un enfoque cualitativo desarrollado por medio de realizar comunicaciones personales y entrevistas a profesionales de comunicación (principalmente aquellos especializados en deportes alternativos o minoritarios), además de deportistas que compiten en estas disciplinas.

En sus conclusiones, Oliveros (2017) confirmó que los medios optan por generar más contenido relacionado a la polémica y que dicho ambiente está enfocado exclusivamente en el fútbol, por lo cual se “infrarrepresenta” las demás disciplinas en los medios de comunicación. Eso sí, según las fuentes que la autora consultó, ella explica que la mayoría de estas responsabilizan exclusivamente a los medios de comunicación y no a la audiencia, pues aseguran que son estos quienes decidieron inculcarle a la sociedad un interés exclusivo en el fútbol.

Sin embargo, una de las fuentes también asegura que los medios son un reflejo de la sociedad y que estos actúan según las preferencias de los consumidores.

Este estudio está sumamente relacionado a los objetivos de esta investigación, pues esta pretende justamente identificar las preferencias de la audiencia y determinar si la cobertura de otros deportes está relacionada a lo que consume la audiencia o si son los medios los únicos responsables de la visibilidad que reciben los demás deportes.

Como último antecedente internacional recopilado para esta investigación aparece el trabajo de Barbero (2017) titulado como “Los Juegos Olímpicos de Río 2016: la explosión del deporte femenino español en el Diario ABC”, cuya publicación se efectuó en España.

Esta investigación toma un enfoque mixto que combina el análisis cualitativo con el cuantitativo, el cual analizó la cobertura primero a nivel general y luego exclusivamente acerca del deporte femenino español durante las justas.

Dicho proyecto revela que a nivel general el diario ABC imprimió menos páginas durante estos Juegos Olímpicos que en las ediciones de Pekín 2008 y Londres 2012; sin embargo, destaca entre sus conclusiones que, ante el éxito de las atletas, quienes ganaron más medallas que los hombres, las mujeres comenzaron a tomar más protagonismo y que la cobertura aumenta a medida que aumentan también los triunfos.

Este elemento es importante ya que analiza también la cobertura durante los Juegos Olímpicos a nivel general y luego con un enfoque específico, lo cual sirve de referencia como parte del análisis que se le puede hacer a un medio local. Además, tomando en cuenta que el deporte femenino ha sido históricamente igual de relegado que ciertas disciplinas (más allá de quién las practica), destaca el éxito como un elemento favorable para la mayor difusión que puede tener un atleta, un grupo de atletas de un mismo sexo o un deporte como disciplina.

Antecedentes de investigación nacionales.

Además de las investigaciones realizadas en el exterior, también es importante conocer las investigaciones que se realizaron en el pasado en el medio nacional, pues esto permite obtener información acerca de los hallazgos ya obtenidos relacionados al tema que se pretende analizar en este proyecto específicamente en el país del estudio.

Una de estas investigaciones realizadas en Costa Rica lleva como título “Rasgos de la competencia directa y perfil de seguidores de cinco páginas deportivas digitales en Costa Rica”, la cual fue realizada en nuestro país por Hernández (2021).

Esta investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo que utilizó distintas herramientas como la encuesta, la entrevista y la observación documental, en donde se investigó el perfil de los seguidores de los medios digitales YashinQuesada.com, EverardoHerrera.com, MarioSegura.com, Columbia Digital y Teletica.com.

Su conclusión principal es que estas páginas tienen un público concentrado principalmente en hombres entre 15 y 30 años con redes sociales.

Esto último es importante y está relacionado con este estudio ya que muestra un perfil de público que está interesado en noticias deportivas, por lo cual es importante valorar si Repretel como medio también compite con este tipo de público y si tiene las herramientas para atraer este perfil de audiencia.

Otro antecedente importante se trata de una investigación realizada en la Universidad de Costa Rica por Álvarez y Tristán (2018), cuyo título es “¿Brecha de las noticias? Una comparación de la oferta y el consumo de contenidos en nación.com y CRHoy.com”.

Dicho trabajo tiene como objetivos identificar los temas caracterizan la oferta informativa de los dos medios digitales nación.com y CRHoy.com; asimismo que también buscó reconocer los tipos de noticias que consumen los lectores de los diarios analizados.

Como metodología, esta investigación apostó por un enfoque cuantitativo con el análisis de datos generados por los dos medios de comunicación estudiados.

Finalmente, su principal aporte a este trabajo es que las personas, como público consumidor, demandan y tienen un mayor interés en las noticias de deportes, sucesos y entretenimiento que de política o economía. Esto es importante porque coloca a la sección de deportes como una de las más importantes en la parte de generación y atracción de audiencia, por lo cual es necesario profundizar en los intereses de las personas en esta sección que ya es de conocimiento que es una de las más consumidas.

Como tercer antecedente nacional se encuentra una investigación realizada por Goldberg (2017) como parte de un posgrado en la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de Costa Rica, la cual lleva el título de “Radiografía de la gestión de los departamentos de prensa de los equipos de fútbol de Primera División de Costa Rica”.

En cuanto a objetivos, su objetivo general consistió en:

Caracterizar la comunicación externa en el fútbol de Primera División de Costa Rica, desde la labor de sus departamentos de prensa y las estrategias comunicativas que utilizan, para fortalecer la gestión de la empresa Goldberg Comunicación, dedicada a la consultoría en ese campo (Goldberg, p. 5).

Además, por otro lado, los objetivos específicos planteados por el autor fueron describir las acciones que realizan los departamentos de prensa de equipos de fútbol de Primera División; detectar las fortalezas y debilidades existentes en los departamentos de comunicación de los equipos de fútbol de Primera División en Costa Rica; analizar la percepción de la dirigencia deportiva sobre el papel de la comunicación en el ámbito futbolístico de la Primera División de Costa Rica; y, finalmente, diseñar una cartera de productos basada en distintas estrategias de comunicación, que puedan ser ofertadas y aplicadas en equipos de fútbol de Primera División, según sus características específicas.

En la parte de metodología, el autor utilizó un enfoque mixto que combinó el análisis cuantitativo con el cualitativo y utilizó como instrumentos la entrevista, la observación y un censo a todos los presidentes de los clubes de la Primera División de Fútbol de Costa Rica.

Como principal aporte a la investigación que se está realizando, cabe destacar que Goldberg (2018, pp. 129, 134) identificó y explicó las principales fortalezas y debilidades de distintas entidades del fútbol de la Primera División de Costa Rica en el área de comunicación, así como también desarrolló las acciones que deben realizar para potenciar su imagen y sacar provecho de los medios de comunicación.

Para efectos de esta investigación, estos hallazgos sirven de referencia para analizar la aplicación de estas pautas en entidades pertenecientes a otras disciplinas deportivas, con el fin de potenciar la presencia de deportes alternativos en medios de comunicación.

Como último antecedente de investigaciones nacionales, se utilizó la investigación titulada como “Estrategia de Mercadeo para un Programa Automovilístico”, realizada como parte del Sistema de Posgrados de la Universidad de Costa Rica por Ramírez (2003) enfocada en el programa “Aceleración”.

El objetivo general de este proyecto fue plantear una estrategia mercadológica para la empresa Deportes de Motor V.L Producciones S.A., basándose en las herramientas necesarias e implícitas en el mercado, con el fin de que la empresa crezca aprovechando el volumen de teleaudiencia que alcanza día a día y que por ende logre mantener en el mercado su programa “Aceleración” entre las mejores Transmisiones Deportivas Automovilísticas.

Por otro lado, los objetivos específicos de esta investigación fueron definir todos los términos relevantes concernientes con el estudio de mercadeo y como se aplican en el presente trabajo, con el fin de proporcionar una mejor comprensión de éste; explicar y conceptualizar el mercado actual de los deportes de motor en el mundo hasta alcanzar la realidad de esta actividad en Costa Rica, para mostrar y explicar en forma detallada las diferentes herramientas que describen y conforman a la Empresa Deportes de Motor V.L. S.A.; exponer el entorno mercadológico actual, como lo son los clientes y los proveedores publicitarios de los cuales depende el Programa Televisivo “Aceleración”; analizar la situación que se vive actualmente en los dos grandes campos de los cuales depende el éxito de “Aceleración”: su público y sus proveedores publicitarios; y, finalmente, crear la metodología necesaria para desarrollar una estrategia de mercados para cada una de las herramientas mercadológicas del programa “Aceleración”.

Aquí cabe mencionar que sí bien esta investigación supera por mucho los 5 años de antigüedad habitualmente utilizados para las referencias de este tipo de investigaciones, se optó por utilizarla como antecedente debido a que pese a su antigüedad esta resalta mucho como un producto periodístico dedicado a un deporte alternativo como lo es el automovilismo depende de la cantidad de audiencia y de proveedores de publicidad, pues esta indica que “poseer una mayor audiencia crea que más patrocinadores estén interesados en comprar espacios publicitarios y entre más patrocinadores de calidad existan mayor es la audiencia atraída”, sin mencionar que estos programas dependen de los ingresos generados por la publicidad para subsistir.

Esto último es importante porque mantiene el vínculo de lo que es la cobertura de deportes alternativos con la cantidad de audiencia que genera y, en ese sentido, con la cantidad de ingresos que genera también darle cobertura a este tipo de deportes.

Antecedentes de cobertura de deportes alternativos en medios de comunicación.

Para efectos de esta investigación, se tomarán en cuenta principalmente las distintas coberturas de deportes alternativos en medios de comunicación costarricenses (tanto de eventos como de noticias) en la actualidad, con el fin de recopilar la información más reciente en cuanto esto se refiere y tomando en cuenta que existe contenido no recuperable de años anteriores.

Esta parte de los antecedentes se realizó principalmente por medio de la observación y el seguimiento que se les ha dado a distintos medios antes del desarrollo de la investigación. No se

tomó en cuenta a Repretel para los antecedentes, más allá de su transmisión en vivo de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, debido a que es el objeto de la investigación.

Los medios de comunicación que destacan más en este aspecto son los canales de televisión Tigo Sports y TD Más; en conjunto con el medio escrito La Jornada.cr, el cual pertenece al periódico digital de Delfino.cr.

En el caso de TD Más, este canal desde sus inicios comenzó a darle cobertura a competencias como la Copa del Café (tenis) y la Vuelta a Costa Rica (ciclismo), además de darle espacio principalmente en cápsulas informativas, entrevistas y pequeños documentales a deportistas que practican disciplinas como patinaje, motocross, artes marciales, entre otros. Eso sí, pese a ello, las transmisiones de eventos en vivo de otros deportes distintos al fútbol son poco frecuentes.

En el caso de Tigo Sports, este medio destacó principalmente durante el 2022 por la cobertura de otros deportes, entre los que destaca principalmente la cobertura del Mundial de Atletismo de Oregon y la transmisión en vivo de distintos eventos de competencias de baloncesto y crossfit a nivel nacional.

Finalmente, en el caso de La Jornada.cr cabe destacar que es un medio que se especializó en la cobertura de atletas costarricenses en deportes alternativos, por lo cual es el medio observado más completo en esta área. Si bien al ser un medio digital no realizan transmisiones en vivo, sí destacan por la cantidad de atletas que cubren en distintas disciplinas a las cuales en ocasiones son los únicos que realizan una cobertura sobre ellas.

Es importante mencionar que en distintos canales de televisión y estaciones de radio también existen espacios pagados por terceras personas para realizar programas principalmente de baloncesto, ciclismo y deportes de motores.

Proyecciones de la investigación

Como primera proyección, una vez que concluya esta investigación Repretel tendrá conocimiento sobre la cantidad de noticias y contenido que generaron durante el periodo de estudio, en contraste con contenido relacionado a fútbol; asimismo, se podrán identificar los motivos por los cuales estos deportes reciben mayor o menor cobertura.

En segundo lugar, el medio de comunicación Repretel recibirá una retroalimentación acerca de la cantidad de noticias contenido generado durante los Juegos Olímpicos y el primer cuatrimestre de 2023 sobre deportes alternativos, lo cual permitirá identificar si se mantuvo igual, si aumentó o si disminuyó; además de los motivos por los cuales varió o no la cantidad de contenido.

Finalmente, se tendrá conocimiento sobre cuáles son los deportes que más interesan a la audiencia, cuáles no lo generan del todo, cuáles son desconocidos; cuánta gente ve este contenido cuando lo transmiten y, sobre todo, si el público (según distintos perfiles de audiencia) está satisfecho o no con la cobertura de los deportes alternativos (tanto en la parte de calidad como de cantidad). Esto permitirá que tanto Repretel como otros medios de comunicación conozcan cuáles son los deportes a los que deben dar en principio mayor atención.

Capítulo II: Marco teórico

Según Hernández (2008), un marco teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio”.

A continuación, en este capítulo se abarcarán las definiciones de las distintas variables que conforman este estudio, con base en los objetivos propuestos en el Capítulo I. Estos conceptos están relacionados a distintos elementos de la comunicación, el periodismo, de los medios de comunicación, de la televisión y del deporte.

Deportes

Los deportes son una actividad en donde, bajo una serie de lineamientos y usualmente con algún tipo de exigencia y prueba de habilidades y destrezas físicas, diversas personas realizan alguna o varias acciones en específico en busca de alcanzar algún objetivo determinado por un reglamento. Estas actividades se pueden realizar de forma competitiva o recreativa en forma individual o por equipos.

El medio de comunicación BBC Mundo (2017), citando al Concejo Europeo (s.f.), expresa lo siguiente:

Deporte significa todas las formas de actividad física, las cuales a través de una participación casual u organizada ayudan a expresar o mejorar la condición física y el bienestar mental, fomentar las relaciones sociales u obtener resultados competitivos a todo nivel (párr. 5).

Por otro lado, Según Barbosa y Urrea (2018), citando a Weineck (2001), considera lo siguiente:

El deporte no tiene una definición general, existe el deporte competición, donde el rendimiento físico tiene gran importancia y es organizado por asociaciones deportivas; también existe el deporte para la salud (con mayor relevancia para el presente estudio), el cual pretende alcanzar un buen estado físico y está organizado como deporte popular y recreativo. (p. 146)

Finalmente, se destaca principalmente la definición de Ibarra (s.f.), profesor de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en México, quien define los deportes se definen de la siguiente manera:

El deporte es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada (campo de juego, cancha, pista, etc.) a menudo asociada a la competitividad deportiva. Por lo general debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requiere competición con uno mismo o con los demás. (...) También hay colectivos practicantes de determinadas actividades, donde sólo se usa el físico, o bien sólo el intelecto, que reclaman su actividad como deporte, incluso, de carácter olímpico. (párr. 1)

Deportes tradicionales

Este concepto hace referencia a los deportes que están arraigados a la historia y a las tradiciones del lugar en donde se encuentren, de manera que son transmitidos entre distintas generaciones que conservan la práctica y el consumo de dicha disciplina. Es importante mencionar que, de forma frecuente, pero no necesariamente, suelen gozar de gran popularidad en los lugares donde se practican.

Según el autor Martínez (2017), los deportes tradicionales hacen referencia a aquellos que fueron transmitidos de generación en generación, de manera que la práctica de este deporte ha tenido una continuidad en el tiempo (p. 2).

Escrivá, Gómez, Simarro y Tamayo (2015) los definen los deportes “más antiguos, ya que provienen de generaciones anteriores y tienen un marcado carácter cultural desde un punto de vista antropológico” (párr. 7).

En relación con esto último, la aplicación de este concepto puede variar desde el punto de vista de la comunicación y el de la educación física, pues hay deportes que tradicionalmente se enseñan en las escuelas o en las comunidades, pero que pueden tener poco o nulo protagonismo en los medios de comunicación.

Deportes no tradicionales o alternativos

A diferencia del concepto anterior, los deportes no tradicionales o alternativos son aquellos que no cuentan con tanta popularidad en un territorio, lo cual implica que no gozan de tantas personas que lo practiquen, que lo consuman y por ende, en ocasiones, cuenta con pocos recintos para practicarlos o incluso pueden ser desconocidos para algunas personas.

Según Burga (2013), citado por Aramburu y Vílchez (2020), “los deportes alternativos son conjuntos de prácticas deportivas que trasladan expresiones simbólicas de otras culturas” (p. 9).

Asimismo, estos autores también dan una definición propia en donde afirman que los deportes alternativos son aquellos que suelen ser poco conocidos y que muchas veces no están regulados por ninguna institución; aunque también, tomando en cuenta una óptica más cercana a la educación física que la de la comunicación, les dan a los deportes alternativos un carácter más recreativo que competitivo. (p. 10)

Al igual que en el concepto anterior, es importante aclarar que para efectos de esta investigación se habla de deportes alternativos desde el punto de vista de la comunicación y lo alternativos que son algunos deportes a nivel mediático.

Juegos Olímpicos

Los Juegos Olímpicos son el evento deportivo multidisciplinario más importante del planeta desde el inicio de su etapa moderna, esto debido a que es el único evento global que reúne a los mejores atletas del mundo en decenas de competencias de los deportes más importantes que se practican alrededor del globo, donde se premia lo mejor del mundo deportivo en escenario donde todos los deportes abarcados reciben la misma importancia y el mismo reconocimiento. Estos se realizan cada 4 años y están inspirados en los Juegos Olímpicos de la Antigua Grecia.

De acuerdo con el sitio web oficial de los Juegos Olímpicos, estos están definidos como el evento deportivo más grande del planeta en cuanto a la cantidad de deportes abarcados y de competidores, pues participan atletas de hasta 206 naciones diferentes (representadas por los Comités Olímpicos de cada nación) junto con el Equipo de Atletas Refugiados del COI en distintas pruebas y competencias, los cuales son vistos por una audiencia en todo el mundo. (2021, párr. 3)

Según Olguín (2021), esta autora lo define como un evento de competencias multidisciplinares en la que participan representantes de un sinnúmero de naciones, el cual es uno de los eventos deportivos más grandes del mundo (párr. 2).

A nivel histórico, estos juegos están inspirados en las pruebas que se realizaban en la Antigua Grecia con un primer registro en el año 776 a.C., se realizaban cada 4 años entre julio y agosto (al igual que en la actualidad) y su nombre proviene de la villa griega de Olimpia, la cual era el lugar donde se realizaban dichas competencias y era donde estaba ubicado el santuario más importante para honrar al dios Zeus. (Rodríguez, 2021, párr. 1)

En cuanto a los Juegos Olímpicos modernos, Olguín (2021) destaca que desde que comenzó su realización en 1896, a lo largo de la historia registró interrupciones únicamente en 1916, 1940 y 1940 debido a las dos guerras mundiales, mientras que por la pandemia de COVID-19 la edición de 2020 tuvo que ser postergada y por ello se efectuó hasta 2021 (párr. 6).

En el caso de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, que son los que se tomaron en cuenta para el análisis que se realizará en esta investigación, los atletas compitieron en distintas pruebas de 46 deportes diferentes (Ver lista de deportes en la sección de Anexos).

Como parte de la delimitación de este proyecto, al igual que con los deportes es importante mencionar que no serán abarcados los Juegos Paralímpicos que se disputaron ese mismo año, ni los Juegos Olímpicos de Invierno, ni los Juegos Olímpicos de la Juventud que se efectúan en otras fechas.

Comunicación

La comunicación es todo aquel proceso en el que dos o más seres vivos, entre ellos las personas, interactúan entre sí por medio del intercambio de un mensaje. Este proceso se puede llevar a cabo de forma verbal (por medio de palabras) o no verbal (a través de gestos o sonidos que no forman palabras) y sirve para compartir distintas situaciones de la vida cotidiana como opiniones o sentimientos.

Es importante mencionar que para que la comunicación sea efectiva se debe realizar en un mismo código en común, lo cual significa que tanto quien emite el mensaje como el que lo recibe es capaz de entenderlo e interpretarlo correctamente.

Cervantes (2017) la define como “un proceso de dar y recibir información por medio de cualquier canal puede o no haber retroalimentación, pero siempre existe un mensaje y un emisor o ente que lo emite” (párr. 7).

Además, Morales (2022) definió comunicación como un proceso que nos permite intercambiar información y establecer relaciones sociales, donde participan dos o más personas (al menos un emisor y un receptor) que se encargan de enviar, decodificar e interpretar la información intercambiada entre ambos (párr. 1, 2).

En el mundo del periodismo, la prensa ejerce como un emisor que envía todos los días información a un receptor, por lo cual es una de las profesiones donde se practica más la comunicación.

Psicología de la comunicación

La psicología de la comunicación consiste en el estudio de la comunicación, desde un punto de vista que incorpora la psicología a través del vínculo que existe entre la comunicación con los conocimientos relacionados a los procesos mentales. Básicamente es el estudio de cómo procesa los mensajes y cómo actúa la mente, desde el punto de vista psicológico, a la hora de comunicarse.

Según el Tech Institute (2022), la psicología de la comunicación es el estudio científico que evalúa las relaciones entre individuos y del medio social, donde se analizan e investigan los procesos de comunicación en conjunto con los rasgos sociales de la conducta y los procesos mentales (párr. 1, 2).

Asimismo, otra definición genérica de autor desconocido que se ubicó en varios sitios web define este concepto como “una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biológicos, sociales, inconscientes y conscientes que lo conforman”. (Definición XYZ, s.f, párr. 1 y Roldán, 2018, p. 1)

Este concepto es clave en el mundo del periodismo, pues nos permite entender cómo procesan las personas en su mente la información que desde la prensa se les hace llegar, de manera que el mensaje pueda llegar de manera más apropiada.

Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es el ejercicio de la profesión del periodismo aplicado al deporte, bajo el entendido de que el periodismo es la profesión donde una persona busca, recolecta y divulga información sobre algún acontecimiento relevante y de interés público para una audiencia determinada. En este caso, el periodismo deportivo se define como aquel que se especializa en la cobertura de acontecimientos relacionados a atletas, competencias y eventos deportivos.

De acuerdo con la Universidad Latina de Costa Rica (2020), el periodismo deportivo es aquel que “hace énfasis en aquellas situaciones que estén relacionadas al deporte y que también tengan cierta importancia. Algunos de los hechos que también generan interés son aquellos que estén relacionados a figuras públicas dentro de esa industria” (párr. 19).

Asimismo, Rebaza (2020) cita a Naranjo (2011) definiendo el periodismo deportivo como el tipo de periodismo “cuyo contenido informativo se relaciona directamente con el deporte, en cualquiera de sus modalidades” (p. 23).

Narración deportiva

La narración deportiva hace referencia a cuando una persona se encarga, durante un evento deportivo, de relatar y contar los hechos que van ocurriendo en tiempo real mientras se desarrolla una competencia. Es decir, es el concepto de narración, el cual existe a nivel general, aplicado específicamente a eventos deportivos.

Una definición clásica realizada por el narrador Gómez (2008) en su tesis de grado indica lo siguiente:

Narrar es contar una o varias acciones que suceden en un contexto determinado. En el caso de un partido de fútbol, es un juego donde se destaca el drama, la acción, la comedia, durante 90 minutos por parte del narrador (p. 4).

Por otro lado, según Reñón (2021), citando a Pérez (2013) y Pacheco (2009), la narración consiste en contar lo que sucede en el terreno de juego, combinando “la inherente y obligatoria descripción de los hechos junto a sintonías, efectos y voces utilizadas de un modo adecuado” (p.10).

Básicamente, en esencia, la narración deportiva se trata de contarle al público, minuto a minuto, lo que sucede en el terreno de juego mientras se transmite un evento, sea el deporte que sea.

Crónica deportiva

La crónica deportiva es uno de los géneros periodísticos más comunes de este tipo de periodismo, en donde un periodista, desde su óptica e interpretación de los hechos, se encarga de narrar con detalle lo que ocurrió en un evento después de que este concluyó y con el propósito de que quien consuma la crónica se sienta como si estuviera en el evento que se narra.

Según Ayala (2021), “la crónica deportiva es un género periodístico que combina la noticia con comentarios del cronista, mezcla hechos con opiniones, y es una de las lecturas más populares de todos los medios del mundo”; además de que destaca que está estrechamente vinculada a los deportes y sus actividades (párr. 1, 3).

A diferencia de la nota periodística, que es meramente informativa, una crónica suele ser más detallada y extensa y está acompañada por un elemento subjetivo, que está en cómo lo vivió el periodista encargado de hacer la crónica.

Por otro lado, el Observatorio de Ciencias Aplicadas al Deporte, la Recreación y la Actividad Física de Cartagena de Indias, Colombia (2020) afirma que una crónica deportiva es “la narración de un hecho de forma continua o cronológica” aplicado a temáticas relacionadas al deporte, la recreación y la actividad física, con el fin de introducir al lector en el hecho deportivo (párr. 1).

En los deportes, una crónica es un recurso utilizado principalmente para mostrar con detalle los acontecimientos de un partido de fútbol o de una competencia olímpica, por ejemplo, y se recurre a ella principalmente para narrar el desarrollo de eventos de gran importancia como la final de un campeonato o alguna hazaña o hecho que ocurre pocas veces en los deportes.

Nota periodística

Una nota periodística es la aplicación más común y habitual del periodismo informativo, en donde un periodista se encarga de informar, de forma breve, directa, imparcial y sin incorporar

un criterio o interpretación propio, los hechos que ocurrieron en algún acontecimiento determinado que sea noticioso y de interés público.

Blasco (2022) define la nota periodística de la siguiente manera:

Una nota periodística es un texto que muestra información reciente e importante acerca de un tema en particular. Estas notas pueden hablar acerca de una persona o acontecimiento que se interés para todos sus lectores, o solamente para un grupo selecto de ellos (párr. 3).

Dicha autora destaca que la nota es descriptiva y breve, de manera que se centra en los aspectos más relevantes para que el lector obtenga solo los datos impactantes y destacables (párr. 6, 7).

Si bien esta autora coloca este concepto y lo limita a texto, en la actualidad la nota periodística está presente en formatos radiofónicos y audiovisuales, y así lo expresan otros autores.

Ramírez (2015) define la nota periodística como “uno de los formatos de comunicación más utilizados de comunicación más utilizados y consiste principalmente en la presentación de hechos sucedidos de manera reciente”. Además, también resaltó que esta describe los hechos de manera breve y sencilla (p. 4).

Actualmente la nota periodística es el recurso más utilizado por la prensa para llevar información a sus consumidores, debido a que permite un mejor aprovechamiento del tiempo tanto para los medios de comunicación como para los consumidores, de manera que los medios pueden transmitir más información sobre diferentes acontecimientos y el consumidor mantiene el interés.

Periodismo televisivo

El periodismo televisivo es aquella forma del ejercicio del periodismo en donde el contenido noticioso se transmite a los consumidores por a través de medios audiovisuales, es decir, que transmiten el mensaje por medio de imagen y locución. Si bien el nombre hace referencia específicamente a la televisión, en la actualidad existen otros canales audiovisuales que sirven a distribuir y hacer llegar un mensaje, como las redes sociales o plataformas de *streaming*.

La Universidad Latina (2020), lo define como el tipo de periodismo que “tiene como objetivo principal narrar la información a través de la utilización de elementos audiovisuales”, optando por el uso de este tipo de tecnología y dejando de lado el periodismo escrito (párr. 15).

Por otro lado, según Bethencourt (2013), el periodismo televisivo es “una forma concreta de llevar información que se basa en un código visual”, pues destaca el rol que tiene la imagen en este tipo de periodismo como recurso inexistente en radio y muy reducido en el periodismo escrito.

Es importante tomar en cuenta este concepto para la investigación, pues Repretel es un medio televisivo.

Cobertura mediática o cobertura de prensa

La cobertura mediática, también conocida como cobertura de prensa, consiste en la cantidad de contenido, atención y espacio que le da un medio de comunicación a una persona, empresa, tema o acontecimiento determinado, según la importancia que le otorgue dicho medio en conjunto con el interés que genere dicho sujeto por la audiencia que consume dicho medio de comunicación.

El sitio web especializado en mercadeo Rock Content (2021) define este concepto como cada vez que un medio o revista publica una historia sobre un negocio o incluye algo o alguien dentro de su contenido en alguna forma (párr. 8).

Según Nadhan (2021), esta define la cobertura mediática, también desde el punto de vista de comercio y relaciones públicas, como el contenido presentado por un relacionista público y producido por reporteros o escritores para hablar sobre una marca (párr. 5).

Finalmente, para efectos de esta investigación, este concepto será aplicado a la cobertura de eventos y noticias sobre deportes alternativos que fue publicado en medios de comunicación, específicamente en Repretel.

Transmisiones en vivo

Las transmisiones en vivo hacen referencia a cuando se emite por algún tipo de señal (usualmente radiofónica o televisiva) un evento y los acontecimientos que ocurren en él en tiempo real, es decir, exactamente mientras está ocurriendo.

Navarro (2016) define este término como aquel que “comunica que un acontecimiento transcurre en el mismo momento en el que se está visualizando” y que se utiliza para resaltar que no fue grabado con anterioridad (párr. 1).

El autor Díaz (2012) también describió este concepto como el que se utiliza “para remarcar que una transmisión televisiva está, en teoría, emitiendo lo que ocurre en ese momento” (párr. 1).

En el caso del periodismo deportivo, este recurso es uno de los más comunes ya que la gente suele mostrar interés por ver partidos y competencias de distintos deportes mientras se desarrollan.

Plan de comunicación

Un plan de comunicación es una estrategia sistemática que define una serie de pasos para cumplir con el objetivo de llevar algún mensaje o contenido a un público meta.

La autoría Guijarro (2020) lo define como “una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo”, donde se establecen los objetivos del plan y el orden de las tareas para cumplirlos (párr. 2).

Por otra parte, Irusta (2019) manifiesta lo siguiente:

El plan de comunicación de cualquier institución, empresa o marca propia es un documento donde se define cómo, cuándo y de qué manera se va a relacionar una determinada organización o persona con su público, con el fin de cumplir los objetivos que se proponga (párr. 6).

Si bien este concepto suele estar más asociado a comunicación organizacional o campañas publicitarias, esto también puede abarcar a un medio de comunicación que desee desarrollar un nuevo proyecto como lo puede ser el estreno de un programa o la cobertura de un nuevo tema que no se cubría antes.

Sala de redacción

Una sala de redacción es la oficina y el lugar en donde trabajan los periodistas de un medio de comunicación para generar las noticias de cada día. Es el espacio físico en donde los periodistas, editores, directores y jefes distribuyen, organizan y ejecutan sus distintas tareas para llevar la

información de todos los días a la colectividad, con todos los procedimientos que lleva a cabo un medio de comunicación antes de publicar cualquier contenido informativo.

De acuerdo con García (2014), “es un área dentro del medio (de comunicación) dedicada a la edición, revisión y evaluación de la información noticiosa que los periodistas de este (sic) han conseguido” (p. 1).

Esta misma autora explica también el procedimiento que normalmente se lleva a cabo en una sala de redacción, donde los periodistas producen sus notas o reportajes para que luego sean revisados por un editor, jefe de redacción o el director de prensa del medio de comunicación (p.1).

El autor Reyna (2021) afirma lo siguiente:

Las salas de redacción han sido el lugar de los periodistas desde mediados del siglo XIX. A partir de la industrialización y la profesionalización del periodismo, fue en esa época cuando se determinó que la redacción, la edición y la diagramación de las publicaciones periódicas debía realizarse en un espacio exclusivamente dedicado a ello (pp. 33, 34).

Es importante mencionar que en ocasiones un periodista puede que tenga la necesidad de trasladarse fuera de la sala para obtener la información (como cuando sale a una conferencia de prensa o se desplaza al lugar donde ocurre el hecho noticioso), pero la edición y revisión de las notas siempre se realiza en la sala de redacción.

Audiencia

El término audiencia se refiere a la cantidad de personas que consumen algún tipo de contenido o espectáculo, ya sea por medio de un programa de televisión, una transmisión en radio o a alguien que acude presencialmente a un recinto a ver un partido, una obra, exhibición artística o un concierto.

Barrasa (2022), define audiencia como el “número de individuos destinatarios que reciben mensajes a través de un medio de comunicación y que, en ocasiones, interactúa con ellos” (párr.1).

Esta autora destaca que existen varios tipos de audiencia, entre los que destaca la comercial (aquellos que reconocen haber visto un producto, marca o contenido en medios de comunicación), la potencial (quienes podrían consumir dicho producto), la primaria (el público meta que se tiene

como objetivo para recibir el mensaje), la real (quienes vieron el contenido mientras estuvo vigente) y la útil (la verdaderamente interesada en adquirir el producto o contenido). (párr. 2, 6)

El sitio web DIR Confidencial (2020) define este concepto como “el número de personas que están viendo un programa o una cadena durante el período (sic) que dure su emisión” (párr.2).

Aquí es importante mencionar que dicho sitio web destaca la palabra “*rating*”, el cual considera que hace referencia al mismo concepto de audiencia ya que corresponde a la medición del número hogares o espectadores con la televisión encendida en un canal durante un momento específico (párr. 17).

Para efectos de este estudio, la investigación se especializará principalmente en la cantidad de público que consume los medios de comunicación (específicamente Repretel) mientras presentan contenido relacionado a deportes alternativos.

Interés de la audiencia

Para poder definir el interés de la audiencia, es necesario definir el término “interés”.

El concepto de interés hace referencia a la atracción y la importancia que una persona da hacia algo en particular, lo cual puede ser un programa de televisión, un espectáculo, un tema o incluso otra persona. En ese sentido, el interés de la audiencia se refiere a la atracción e importancia que le da el consumidor a algún tipo de contenido que en este caso ofrece un medio de comunicación.

Es importante mencionar que la definición de interés es un concepto muy sobreentendido en el mundo académico, por lo cual no suele haber tantas definiciones de este término.

Una de ellas pertenece a González (1987), quien define al interés como “una tendencia u orientación de la personalidad que consiste en la orientación de sus intenciones sobre un objeto determinado, ..., la cual muestra también una orientación emocional específica” (p. 19).

Otra definición de interés pertenece a Sugasti (s.f.), quien indica que este concepto representa “aquello que hace que a las personas les importe alguna cuestión”.

Para efectos de esta investigación, el estudio se concentrará principalmente en el interés de la audiencia que tienen los consumidores de Repretel sobre contenido relacionado a los deportes alternativos.

'Zapping' o 'channel surfing'

El término “*Zapping*”, de origen anglosajón, consiste en la acción de una persona en la que, mientras mira la televisión, se dedica a cambiar de canal con un control remoto a distancia de manera abrupta y sobre todo repetitiva. También se le puede conocer como “zapeo” o con el otro término anglosajón “*channel surfing*”, cuya traducción literal sería “surfeando canales”.

El sitio web especializado Marketing Directo (2016) lo define como “la acción de interrumpir o cambiar, a través del mando a distancia, un programa de televisión durante el bloque publicitario, con el fin de evitar los comerciales” (párr. 1).

Eso sí, es importante mencionar que otros autores lo definen de forma un poco más abierta y consideran que este acto no se limita solo a evitar las pausas comerciales, sino que simplemente corresponde al cambio brusco y repetitivo de canales en la televisión.

Por ejemplo, Ching (2015) lo define en pocas palabras como “cambiar rápida y continuamente el canal del televisor con el control remoto”, con el elemento importante de que además menciona que esto suele estar asociado a la intranquilidad e incluso a la procrastinación del televidente (párr. 1, 3, 4).

Este último elemento es importante, pues revela un comportamiento asociado a esta acción por parte de las partes que la realizan que debe ser tomado en cuenta por los comunicadores y los medios de comunicación.

Por ejemplo. algunas personas hacen el *Zapping* con el fin de buscar entre canales contenido que encuentren interesante, ya sea porque acaban de encender su televisor, porque terminó el programa que estaban viendo y la programación que sigue en el canal que tenían puesto no les interesa, o porque perdieron el interés en el programa que estaban viendo y optan por buscar otro contenido que ver.

Capítulo III: Metodología de la investigación

Enfoque de la investigación

De acuerdo con Mata (2019), un enfoque de investigación consiste en la naturaleza de un estudio que abarca el proceso investigativo en todas sus etapas, de manera que este se define según el problema, la definición de este y los objetivos de la investigación (párr. 1).

Esta investigación contará con un enfoque mixto que, según Hernández, Fernández y Baptista (2018), consiste en “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una ‘fotografía’ más completa del fenómeno” (p. 546), la cual se obtiene por medio de “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta” (Hernández, et al., citando a Hernández y Mendoza, 2018, p.546).

Se optó por utilizar este método debido a que se analizarán en primera instancia elementos cualitativos en el desarrollo de los objetivos y porque, según lo que se planteó en esta etapa, posteriormente se requiere un desarrollo íntegramente cuantitativo debido a que se realizará un análisis numérico y cuantificado con los resultados adquiridos por medio de una entrevista y una encuesta.



Figura 1. Método de investigación mixta. Fuente: Elaboración propia con base en Hernández, et al., (2018)

Diseño de la investigación

Hernández, et al., (2018) explican que el diseño de la investigación “se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea” dentro de un estudio (p. 120).

Para esta investigación en particular, es necesario combinar distintos tipos de diseño para abarcar todos los objetivos propuestos, los serán específicamente el diseño descriptivo, el exploratorio secuencial y el explicativo secuencial.

A la hora de hablar sobre el diseño descriptivo, Hernández, et al., (2018) indican que este diseño se utiliza en aquellas investigaciones donde se busca “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; ..., detallar cómo son y se manifiestan”, de manera que se puedan “especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92).

A partir de esta definición, es importante explicar que para el caso concreto de esta investigación se pretende describir las principales características de la cobertura de deportes alternativos, tanto desde la perspectiva del medio de comunicación como desde el punto de vista de la audiencia, con el fin de obtener respuestas comparando además dos contextos distintos como lo son unos Juegos Olímpicos con otro periodo en donde no se realiza un evento de tales magnitudes.

A partir del hecho de que existe una comparación, en conjunto con el elemento de que esta es una investigación con enfoque mixto, es que surgen precisamente los otros dos diseños de investigación ya mencionados anteriormente que estarán presentes en este proyecto.

De acuerdo con Hernández, et al., (2018), el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS) consiste en “una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos” (p. 564).

Según Hernández, et al., (2018), este método se puede desarrollar en una modalidad derivativa y otra comparativa. En este caso, el estudio optó por un diseño DEXPLOS mayoritariamente comparativo debido a que, según el autor, este consiste en generar una base de datos cualitativa y posteriormente, se construye una base de datos cuantitativa que no está estrictamente derivada de la primera, sino que está se obtiene a partir de otros elementos que se

relacionan sin estar derivados y una vez que se obtienen los datos, estos se comparan para dar con unas conclusiones. (p. 564)

Eso sí, para el análisis de algunos elementos la frecuencia de cobertura mediática, por ejemplo, donde a partir de las respuestas obtenidas durante la recolección de datos se requirió emplear también un análisis derivativo.

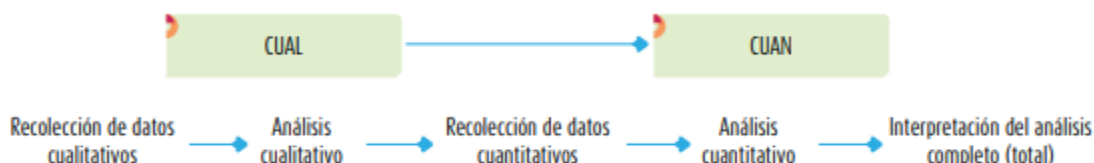


Figura 2. Diseño DEXPLOS. Fuente: Hernández, et al., (2018, p. 552).

Este último elemento contrasta con la aplicación del diseño explicativo secuencial (DEXPLIS), el cual según Hernández et al (2018) consiste en lo siguiente:

El diseño se caracteriza por una primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos, seguida de otra donde se recogen y evalúan datos cualitativos. La mezcla mixta ocurre cuando los resultados cuantitativos iniciales informan a la recolección de los datos cualitativos. Cabe señalar que la segunda fase se construye sobre los resultados de la primera. Finalmente, los descubrimientos de ambas etapas se integran en la interpretación y elaboración del reporte del estudio. (p. 554)

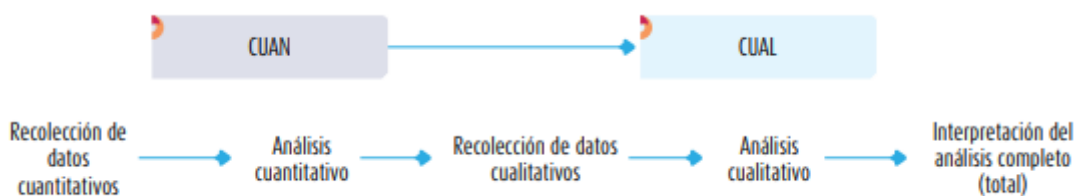


Figura 3. Diseño DEXPLIS. Fuente: Hernández, et al., (2018, p. 554).

Estos últimos dos diseños llegan a la investigación pensando precisamente en hacer comparaciones lo más acertadas posible tomando en cuenta datos estrictamente cuantitativos y otros de carácter más cualitativo, en los cuales ambos estarán presentes a la hora de analizar principalmente el tipo de cobertura que reciben los deportes alternativos y el interés que reciben

por parte de la audiencia, sin omitir que frecuencia también está influenciada por elementos de carácter cualitativo.

Fuentes de información

Para esta investigación, las fuentes de información elegidas se encuentran principalmente en el ámbito del periodismo deportivo, a su vez que también se consultó como fuente a una muestra de la audiencia, contenido recuperable de noticieros televisivos de Repretel y, finalmente, fuentes académicas para obtener antecedentes y definiciones de conceptos relacionados al marco teórico y el marco metodológico.

Según Cruz (2019), “las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, acceso y búsqueda de la información, su objetivo principal es el de buscar, fijar y difundir la fuente de información implícita en cualquier soporte físico”. Esta misma autora explica que “de acuerdo con el grado de información que proporcionan, las fuentes de información se dividen en primarias, secundarias y terciarias” (p. 1).

González (2015) define estos tres tipos de fuentes de la siguiente manera:

Primarias: Información sobre la cual se basa la investigación (resultados experimentales, encuestas, etc.)

Secundarias: Reportes de investigación basados en fuentes o datos primarios (artículos de investigación, libros, reportes técnicos, patentes, etc.)

Terciarias: Libros y artículos basados en fuentes secundarias. Sintetizan y explican la investigación en un campo particular, usualmente para una audiencia popular. (p.12)

En esta investigación, se optó por el uso de fuentes primarias principalmente para el capítulo IV y para algunos conceptos expuestos en los primeros tres capítulos, en donde también existe presencia de fuentes secundarias y levemente de terciarias, estas últimas en específico cuando fue estrictamente necesario por carencia de bibliografía proveniente de fuentes primarias y secundarias.

Sujetos de información

Población.

Según Hernández, et al., (2018), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, lo cual significa que son todos los componentes que cumplen con las características y requisitos establecidos para formar parte del estudio (p. 174).

Para efectos de esta investigación, se optó por utilizar como población a los periodistas deportivos y consumidores mayores de 15 años del medio de comunicación Repretel en Costa Rica, con el fin de conocer tanto la postura de quienes laboran en la industria y de quienes consumen lo que esta industria ofrece.

Número	Criterios de selección
1	Ocupación (Periodistas deportivos)
2	Consumidores
3	Edad (Consumidores mayores de 18 años)
4	Lugar (Costa Rica)
5	Institución (Repretel, en el caso de los periodistas)

Tabla 1. Criterios de selección de población. Fuente: Elaboración propia

Muestra.

Según Hernández, et al., (2018), una muestra consiste en “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p. 175).

Es decir, es un segmento de la población total contemplada en el estudio que, según el autor, se utiliza principalmente debido a que casi nunca es posible utilizar una población completa para realizar el estudio. Por tal motivo, se utiliza un subgrupo que se espera que sea un reflejo de la población (Hernández, et al., 2018, p. 175).

Existen dos tipos de muestras, de los cuales el primero hace referencia a la muestra probabilística o representativa que, de acuerdo con Hernández, et al., (2018), esta se identifica principalmente por la siguiente característica:

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis (p. 175).

Esta muestra se considera representativa debido a que, al tener todos los miembros de la población una posibilidad de ser seleccionados, se reduce el riesgo de hacer un estudio con sesgos de selección, por ejemplo, debido a que se seleccionó una sola clase social o una sola área geográfica dentro de una más grande para representar a una población.

Por otro lado, está la muestra no probabilística, la cual, de acuerdo con Hernández, et al., (2018), se caracteriza por lo siguiente:

La elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores. (p. 176)

Esto, en esencia, significa que el investigador elige la muestra según su conveniencia y de acuerdo con las condiciones en que se realiza el estudio y lo que quiere lograr.

Para efectos de esta investigación, se optó por una muestra no probabilística principalmente para la entrevista a expertos y el análisis de contenido, debido a que de esta forma es más fácil dirigir la recolección de datos a las personas de mayor conocimiento dentro del medio Repretel y también hacia las fechas más apropiadas, según el criterio del investigador, para la recopilación y el análisis de las notas y el contenido noticioso.

En el caso de la encuesta, la muestra no es 100% probabilística debido a las dificultades de alcance que pueda tener y no porque se quiera enfocar hacia un segmento específico de la población. Por lo tanto, si bien está abierta y disponible para que sea respondida por cualquier persona que integre la población de estudio, es una muestra no probabilística debido a que no todos tendrán la misma probabilidad de llenar la encuesta.

Tamaño de la muestra.

En el caso de la encuesta, con el fin de obtener una cantidad de información significativa, pero entendiendo las posibles limitaciones para recibir respuestas por parte de la potencial población a encuestar, se optó por una muestra de al menos 100 personas provenientes de todas las provincias de Costa Rica, aunque se habilitará a una cantidad mayor en caso de que se presente la posibilidad.

Las características de inclusión y de exclusión para la encuesta se limitan únicamente a la posibilidad de las personas para llenar el cuestionario, según su acceso a Internet y sus posibles dificultades para acceder a la encuesta.

Características de inclusión para la encuesta.

Número	Característica de inclusión
1	Personas con acceso a Internet para poder completar el cuestionario.

Tabla 2. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Características de exclusión para la encuesta.

Número	Característica de exclusión
1	Personas sin acceso a Internet o con algún otro tipo de dificultad para llenar un formulario de Google Forms, debido a que no podrían completar el cuestionario.

Tabla 3. Características de exclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las entrevistas a profundidad, se tomó una muestra de tres especialistas que aceptaron atender y referirse al tema para poder hacer esta investigación. Esas personas son las siguientes, las cuales ejercen un cargo con algún tipo de autoridad en el departamento de Deportes Repretel.

Número	Nombre del entrevistado	Fecha de aplicación	Lugar de aplicación	Observaciones
1	Rodolfo Mora, jefe de información de Deportes Repretel.	Por definir	Plataforma digital Zoom	Se pidió autorización a cada uno de los entrevistados
2	Alexander Gaitán, periodista y	Por definir		

	coordinador de Deportes Repretel.			para grabar cada entrevista.
3	Allan Agüero, productor general de Deportes Repretel.	Por definir		

Tabla 4. Datos para realización de entrevista a expertos. Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que se intentó consultar también al director de Deportes Repretel, Pablo Guzmán; en conjunto con otros expertos que no pertenecieran al medio como Jorge Lobo, investigador universitario sobre historia deportiva costarricense y frecuente invitado para competencias sobre todo de atletismo, además de alguna representación por parte del Comité Olímpico Nacional (CON) como Alexander Zamora, presidente del Comité Ejecutivo del CON y de Andrey Fonseca, representante de los atletas en el CON; sin embargo, todos rechazaron la entrevista alegando falta de disponibilidad o simplemente no respondiendo a correos ni llamadas.

En el caso de los periodistas, serán excluidos del estudio aquellos que laboren en el medio cubriendo una fuente distinta a la de deportes, al igual que los periodistas deportivos que no participaron en la cobertura de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, sea porque ingresaron después al medio, porque en ese entonces cubrían otra fuente o porque, pese a que ya cubrían deportes allí, el medio optó por no colocarlos en la cobertura de dicho evento.

Características de inclusión para entrevista a expertos.

Número	Característica de inclusión
1	Los periodistas deben haber laborado en Repretel durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y se deben mantener laborando allí hasta la fecha. Esto debido a que es necesario que hayan estado en los dos periodos de estudio comparados.
2	Los periodistas deben haber formado parte de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 realizada por Repretel en aquel momento. Esto se debe también a la necesidad de que formaran parte de ambos periodos de estudio.

Tabla 5. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Características de exclusión para entrevista a expertos.

Número	Característica de exclusión
1	Los periodistas que entraron a laborar en Repretel después de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 no serán contemplados para esta investigación, esto debido a que es necesario que hayan estado en los dos períodos de estudio comparados.
2	Los periodistas que no formaron parte de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, aunque trabajaran en Repretel, en aquel momento, tampoco serán contemplados debido al mismo criterio de la característica anterior.

Tabla 6. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, para el análisis de contenido, se optó por dos muestras de ediciones de Noticias Repretel, específicamente en su sección de Deportes, donde la primera pertenecerá al 2021, año en que se llevaron a cabo los Juegos Olímpicos de Tokio 2020; mientras que la otra muestra se encontrará dentro del segundo periodo de evaluación que es el primer cuatrimestre de 2023.

En el caso de la primera muestra, se abarcará exclusivamente las fechas en las que se desarrollaron los JJOO de Tokio 2020 junto al día posterior a la fecha en que finalizaron.

En cuanto a la segunda muestra, se abarcará un periodo dentro del primer cuatrimestre de 2023 con la misma cantidad de días abarcados en la primera muestra, el cual será del 13 al 30 de enero de ese año. Estas fechas fueron elegidas bajo el criterio de que, dentro del cronograma de desarrollo del proyecto, eran los días donde existían eventos de deportes alternativos sujetos a una posible cobertura como los Juegos Deportivos Nacionales, la Copa del Café, el Abierto de Australia, el final del Rally Dakar y una pelea de boxeo por un título mundial del deportista costarricense David “Medallita” Jiménez.

Características de inclusión para análisis de contenido.

Número	Característica de inclusión
1	Se contemplarán para la primera muestra las ediciones matutinas de Noticias Repretel entre el 23 de julio y el 9 de agosto de 2021 debido a que son las

	fechas en que se desarrollaron los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, junto al día siguiente a su finalización.
2	De ser estrictamente necesario y por motivos de fuerza mayor, se pueden contemplar las ediciones vespertina (mediodía), estelar y nocturna de Noticias Repretel.
3	Para la segunda muestra, se abarcará el periodo del 13 al 30 de enero de 2023, tomando en cuenta que en estas fechas se desarrollaron eventos con potencial noticioso de deportes alternativos. De igual manera, se tomarán en cuenta las ediciones matutinas en primera instancia y las demás solo en caso de ser necesario.

Tabla 7. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Características de exclusión para análisis de contenido.

Número	Característica de exclusión
1	En la primera muestra no se tomará en cuenta ninguna fecha fuera del periodo en que se llevaron a cabo los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.
2	En la segunda muestra, no se tomará en cuenta ninguna edición de Noticias Repretel emitida fuera de las fechas del 13 al 30 de enero de 2023, sin excepción.
3	No se tomará en cuenta ninguna edición de Noticias Repretel distinta a la matutina fuera de las fechas previamente establecidas, salvo que sea estrictamente necesario según la excepción expuesta anteriormente. Este criterio aplica para ambas muestras, pero se abre la posibilidad a que se aplique la excepción únicamente en una y no necesariamente en ambos periodos de estudio.

Tabla 8. Características de inclusión en muestra para encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Unidades de análisis

A continuación, se procederá a definir las unidades de análisis de la presente investigación, las cuales serán los principales elementos por estudiar dentro de este proyecto.

Hernández, et al., (2018) las definen como “los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio, las cuales dependen del planteamiento y los alcances de la investigación” (p. 172).

Estas unidades se obtienen a partir de los objetivos específicos y a partir de ellas es que se realiza el análisis y se adquieren las conclusiones y recomendaciones.

Objetivo específico	Unidad de análisis	Indicadores	Definición Conceptual	Definición Instrumental
Identificar el tipo y la frecuencia de la cobertura mediática que reciben los deportes alternativos en Repretel en comparación con el fútbol como deporte popular y tradicional costarricense.	Tipo de cobertura mediática		<ol style="list-style-type: none"> 1. Deporte: El deporte es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada (campo de juego, cancha, pista, etc.) a menudo asociada a la competitividad deportiva. Por lo general debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requiere competición con uno mismo o con los demás. Ibarra (s.f.) 2. Periodismo Deportivo: Es el tipo de periodismo “cuyo contenido informativo se relaciona directamente con el deporte, en cualquiera de sus modalidades” (Rebaza, 2020) 3. Cobertura mediática: “Cada vez que un medio o revista publica una historia sobre un negocio o incluye algo o alguien dentro de su contenido en alguna forma”. (Red Content, 2021). 	¿Cómo es la cobertura mediática de los deportes alternativos en Repretel?
Comparar la frecuencia de la cobertura mediática en deportes alternativos entre el momento de los Juegos Olímpicos 2020 y el primer cuatrimestre de 2023.	Frecuencia de la cobertura mediática	1. Deportes Repretel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deporte: es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada (campo de juego, cancha, pista, etc) a menudo asociada a la competitividad deportiva. Por lo general debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requiere competición con uno mismo o con los demás. Ibarra (s.f.) 2. Periodismo Deportivo: Es el tipo de periodismo “cuyo contenido informativo se relaciona directamente con el deporte, en cualquiera de sus modalidades” (Rebaza, 2020) 3. Cobertura mediática: “Cada vez que un medio o revista publica una historia sobre un negocio o incluye algo o alguien dentro de su contenido en alguna forma”. (Red Content, 2021). 	¿Cuál es la frecuencia de la cobertura mediática de los deportes alternativos en Repretel?
Determinar el interés que tiene la población	Audiencia que reciben las noticias y eventos		1. Audiencia: “Número de individuos destinatarios que reciben mensajes a través de un medio de	¿Cuánta audiencia e interés reciben los deportes

costarricense en las noticias sobre deportes alternativos y los deportes que atraen más audiencias, según medio y consumidores.	relacionados a deportes alternativos y el interés que reciben por parte de los consumidores.		comunicación y que, en ocasiones, interactúa con ellos”. (Barrasa, 2022) 2. Interés: “Aquello que hace que a las personas les importe alguna cuestión”. (Sugasti, s.f.)	alternativos en Costa Rica y cuáles son las disciplinas que más atraen al consumidor?
---	--	--	--	---

Tabla 9. Unidades de análisis. Fuente: Elaboración propia.

Instrumentos de medición

Para esta investigación, al ser de enfoque mixto, se optó por el uso de tres instrumentos que son el análisis de contenido, la entrevista a expertos y la aplicación de un cuestionario (encuesta), con el fin de obtener una perspectiva tanto de las personas que laboran en la industria de los medios de comunicación como de quienes consumen lo que esta industria produce.

Según Andréu (2002), el análisis de contenido es un instrumento de recolección de información que se basa en “una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados... u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos...” (p. 2).

Además, este mismo autor resalta que este instrumento se basa en lectura, ya sea textual o visual, que debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, de forma “sistemática, objetiva, replicable y válida” (p. 2).

Para esta investigación se utilizará el análisis de contenido principalmente para determinar el tipo de cobertura realizada por parte de Repretel sobre deportes alternativos y la frecuencia en que se emite contenido noticioso acerca de estas disciplinas.

Por ello, se optó por recopilar a partir del 1 de enero de 2023 la cantidad de noticias en la sección de deportes sobre fútbol y acerca de otras disciplinas, asimismo que se analizará de forma más profunda cómo se abarcan las noticias relacionadas a los deportes alternativos.

De acuerdo con Hernández, et al., (2018), una entrevista consiste en una reunión que sirve para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra u otras (el

entrevistado o entrevistados), donde “se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a una tema (sic)” (p. 158).

Para este caso en particular se optó por una entrevista semiestructurada, con el fin de tener una guía predefinida, pero con la apertura para que surjan nuevas preguntas durante en la entrevista en caso de ser necesarias.

Según Hernández et al (2018), una entrevista semiestructurada es aquella que “se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas)”.

Esta entrevista será aplicada a los periodistas de Repretel, mientras que el cuestionario será aplicado a los consumidores de Repretel.

La autora Pobeá (2015), finalmente, define el tercer y último instrumento: la encuesta; de la siguiente manera:

“La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos” (p. 3).

A estos últimos dos instrumentos se les debe agregar que, como elemento común, requieren de un cuestionario para poder ser desarrollados. Por tal motivo, es necesario definir también el concepto de cuestionario.

El cuestionario, según Hernández et al (2018), “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Estos se pueden componer por preguntas abiertas o cerradas, donde en el primer tipo la persona tiene completa libertad de respuesta mientras que en el segundo las respuestas están predefinidas por parte del investigador (p. 217).

Recolección de Datos

A continuación, se describirá la forma en que se utilizarán los instrumentos definidos anteriormente para la recolección de los datos y la información que se requiere para cumplir con los objetivos de este proyecto.

Hernández, et al., (2014) afirman que “recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p.198).

Como ya se mencionó, los instrumentos elegidos fueron el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista a expertos; los cuales permitirán conocer con mayor profundidad cómo es la cobertura de deportes alternativos en Repretel, en donde se procurará valorar tanto la visión del medio como de la audiencia, en conjunto con un análisis de datos numéricos que por sí mismos no tienen valor subjetivo a la hora de ser recopilados, sino que serán sujetos a una interpretación posteriormente.

Análisis de contenido.

Para esta investigación se optó por realizar un análisis de contenido para determinar el tipo y la frecuencia en que los deportes alternativos reciben cobertura; lo cual se realizó por medio de contar la cantidad de notas deportivas que se realizaron en distintas ediciones de Noticias Repretel durante el periodo en que se realizaron los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 (del 23 de julio al 8 de agosto de 2021) y en un periodo actual que comprendió del 13 de enero al 30 de enero de 2023.

En este caso, es importante tomar en cuenta que las ediciones de Noticias Repretel están disponibles tanto en las plataformas de YouTube como en el sitio web del noticiero.

Para las fechas del presente año 2023, se optó por revisar las ediciones matutinas de Noticias Repretel debido a que es aquella donde la sección deportiva goza de más tiempo al aire, por lo cual hay un mayor espacio para analizar notas deportivas. En el caso de las ediciones de 2021, esta se mantendrá sujeta a la disponibilidad de contenido recuperable, tomando en cuenta que en algunos casos es posible que la sección de deportes pudo ser eliminada.

El propósito de este análisis consiste en comparar tanto la cantidad como la forma en que se le da cobertura a los deportes alternativos por parte de Deportes Repretel, incluyendo el tiempo dedicado y los eventos que se cubren.

Encuesta.

Como parte de esta investigación es necesario llevar a cabo una encuesta, pues es de gran importancia conocer cómo recibe el público el contenido noticioso relacionado a deportes alternativos y cuánto interés tiene en estas disciplinas.

Esta encuesta busca identificar, primero, cómo vivió la audiencia la cobertura que le dio Deportes Repretel a los Juegos Olímpicos y, en segundo lugar, cuáles son sus intereses de cara a una cobertura posterior de deportes alternativos.

Cantidad de encuestas aplicadas	Fechas de aplicación	Lugares de aplicación	Observaciones
100	8 de enero – 31 de enero de 2023	Google Forms	Los datos recopilados a partir del cuestionario serán utilizados únicamente con fines académicos.

Tabla 10. Datos de aplicación de cuestionario. Elaboración propia

Entrevista a expertos.

En cuanto a la entrevista a expertos, se tomaron en cuenta distintos periodistas del departamento de Deportes Repretel, quienes además desempeñan algún cargo de coordinación, producción o jefatura.

Estas entrevistas representan un aporte sumamente importante para esta investigación, pues permiten conocer cómo se vive desde adentro del medio de comunicación la cobertura deportiva y cómo se gestiona en Deportes Repretel la manera en que se cubre el fútbol y los deportes alternativos.

Capítulo IV: Análisis de resultados

En este capítulo se recopila toda la información obtenida a través de los distintos instrumentos de recolección de datos e información para el desarrollo de este proyecto, los cuales permitirán tener un panorama más claro del objeto de estudio y así obtener en el próximo capítulo unas conclusiones y recomendaciones lo más acertadas posible a la realidad.

En el caso de esta investigación, se expondrán los resultados de las mediciones relacionadas a tipo, frecuencia e interés de la audiencia en relación con las noticias sobre deportes alternativos.

Análisis de casos

En esta primera parte, se expondrán las mediciones del tipo y frecuencia de noticias sobre deportes alternativos que fueron realizadas mediante el instrumento de análisis de contenido.

Estos datos serán colocados en dos tablas distintas, donde la primera incluirá datos del primer análisis de casos, el cual abarca distintas ediciones de Noticias Repretel entre el 23 de julio y el 9 de agosto de 2021, correspondientes a las fechas en que se realizaron los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

La segunda tabla, correspondiente al análisis de casos #2, abarcará las ediciones matutinas del mismo noticiero desde el 13 hasta el 30 de enero de 2023, con el fin de comparar el tipo y la frecuencia de noticias sobre deportes alternativos en la actualidad y durante la realización de los últimos Juegos Olímpicos.

Para el desarrollo de esta parte del capítulo, se tomará como muestra 5 días de cada periodo, donde se analizaron 12 días en cada uno. Cabe mencionar que en la mayoría de las ediciones de Noticias Repretel durante 2021 sus secciones de deportes no se pudieron recuperar debido a que fueron eliminadas del video donde se extrae el programa completo, por lo cual en la siguiente tabla aparece lo que se logró obtener durante ese período.

Además, es importante mencionar que durante los fines de semana no hay edición matutina de Noticias Repretel.

Análisis de caso #1

Fecha de la edición	Cantidad de notas de fútbol	Duración promedio de las notas de fútbol	Cantidad de notas de otros deportes	Duración promedio de las notas de otros deportes	Pantallazo de la edición	Enlace de la edición
23 de julio de 2021 - mediodía	0	-	1 (entrevista)	6:30		https://youtu.be/4gfX94w34as
23 de julio de 2021 - estelar	0	-	1 (nota breve del presentador)	1:00		https://youtu.be/7u6_ToyixR8
29 de julio de 2021 - mediodía	0	-	6 (4 offs, 2 notas con inserciones)	0:58		https://youtu.be/09U5G5wQoJA
1 de agosto de 2021 - mediodía	7	1:16	0	-		https://youtu.be/YimIjJrgbwc
6 de agosto de 2021 - matutina	0	-	1 (nota con inserciones)	1:51		https://youtu.be/QJr7W5zk2WM

Tabla 11. Análisis de contenido durante los Juegos Olímpicos. Fuente: Elaboración propia

Además de lo que pudo ser recuperado en los noticieros, es importante mencionar que Repretel durante todo el desarrollo de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 transmitió un programa titulado “La Jornada Tokio 2020”, el cual consistía en un resumen sobre lo que acontecía durante los JJOO.

Este programa se transmitía de 6:00 pm a 7:00 pm de lunes a viernes, lo cual representaba una hora de programación diaria fuera de los noticieros dedicada completamente a cobertura de deportes alternativos.

A continuación, en el siguiente cuadro se expondrán 5 casos de cómo fue la cobertura deportiva en las ediciones matutinas entre el 13 y el 30 de enero.

Análisis de caso #2

Fecha de la edición	Cantidad de notas de fútbol	Duración promedio de las notas de fútbol	Cantidad de notas de otros deportes	Duración promedio de las notas de otros deportes	Pantallazo de la edición	Enlace de la edición
13 de enero	6	1:58	0	-		https://www.repretel.com/video/noticias-repretel-matutina-programa-del-13-de-enero-de-2023/
17 de enero	5	2:10	0	-		https://www.repretel.com/video/noticias-repretel-matutina-programa-del-17-de-enero-de-2023/
19 de enero	4	1:40	1 (pase en vivo)	4:08		https://www.repretel.com/video/noticias-repretel-matutina-programa-del-19-de-enero-de-2023/
27 de enero	8	1:20	0	-		https://www.repretel.com/video/noticias-repretel-matutina-programa-del-27-de-enero-del-2023/
30 de enero	4	2:44	2 (ambos offs)	1:04		https://www.repretel.com/video/noticias-repretel-matutina-programa-del-30-de-enero-del-2023/

Tabla 12. Análisis de contenido durante el primer cuatrimestre de 2023. Fuente: Elaboración propia

En relación con la cobertura mediática de los deportes alternativos en el presente 2023, esta se enfocó principalmente en los Juegos Deportivos Nacionales, los cuales estuvieron presentes en cuatro de los cinco días en los que se identificaron noticias sobre disciplinas distintas al fútbol.

Otro elemento importante es que, durante estas fechas, además de los Juegos Deportivos Nacionales y la pelea del boxeador costarricense David “Medallita” Jiménez por un título mundial, los cuales recibieron cobertura; también se realizaron eventos de tenis como la Copa del Café y el Abierto de Australia que fueron omitidos en todas las secciones analizadas.

Análisis de entrevista a expertos

Tras haber concluido con el análisis de casos, se procede a revisar los resultados de las entrevistas a profundidad, donde se analizará el interés que tiene la audiencia costarricense hacia los deportes alternativos tomando en cuenta la percepción por parte de periodistas de Deportes Repretel sobre cuánto interés tiene la gente hacia estas disciplinas.

De forma más específica, con estas entrevistas se buscó obtener una posición de los encargados de la sección deportiva de Repretel sobre cuánto interés consideran que reciben los deportes alternativos con respecto al fútbol y cómo se mueve la audiencia al momento de emitir noticias o incluso de realizar transmisiones en vivo de otros deportes.

Aquí se toma en cuenta el criterio de los especialistas para explicar qué es lo que determina si un medio de comunicación le da cobertura a un tema o no, cualquiera que sea.

En el caso del jefe de información de Deportes Repretel, Rodolfo Mora, quien se refirió al tema en una comunicación personal realizada por medio de la plataforma Zoom el 11 de enero de 2023, manifestó lo siguiente:

- “Los medios de comunicación participamos en un ciclo donde la gente nos mueve, la gente mueve a los patrocinadores, los patrocinadores mueven los medios y los medios van a dar lo que la gente quiere. Si la gente responde ante una novela, los comercios van a pagar la novela y los medios de comunicación le van a dar fuerza a la novela. Si la gente quiere ver un evento de canotaje, los patrocinadores van a verlo, van a invertir y el medio de comunicación va a darle a la gente lo que pide. Todos los negocios nos movemos así”.

El coordinador de Deportes Repretel, Alexander Gaitán, por su parte, explicó lo siguiente tras una comunicación personal realizada también a través de la plataforma Zoom el 16 de enero de 2023:

- “Hay un tema obviamente de patrocinio y al final de cuentas también hay un factor económico, donde mucha de la inversión busca que sea retribuida y como una empresa mercantil. Los medios en su inmensa mayoría son empresas mercantiles, es una industria que tiene que generar ganancias, que se invierte, pero tiene que generar algo en retribución

y no es ni siquiera para cubrir los costos, sino que tiene que generar una ganancia, porque es una industria cara especialmente si hablamos de la televisión”.

Una vez entendido esto, se tomó en cuenta la valoración de los periodistas de Repretel para entender cuál es la audiencia que reciben los deportes alternativos con respecto al fútbol u otro tipo de entretenimiento.

Acerca de esto, Mora declaró:

- “Uno quisiera tener un poco más de respaldo para ese tipo de transmisiones. Con transmisiones de estas podríamos decir que se sale, no hay una gran ganancia para el medio de comunicación (Repretel), no hay una gran audiencia de parte del público, la respuesta realmente es muy limitada e incluso de parte de los patrocinadores también que se limitan prácticamente a la participación de los (atletas) costarricenses...”.
- “Fue todo un reto porque, a nivel de regulaciones del Comité Olímpico Internacional, cuando se compran los derechos para un evento de estos hay una obligación por parte de los medios de comunicación a pasar cierta cantidad de horas en vivo, de horas grabadas también al aire para la gente... La intención de Repretel en todo momento fue darle al público la mayor cantidad de disciplinas, pero evidentemente la reacción de la gente no iba de la mano al esfuerzo que hacía el medio de comunicación”.
- “El canal en un principio hace una planificación y muchos de los eventos estaban previstos para que fueran al aire en el canal principal de Repretel, Canal 6; se cancelaba la transmisión de las novelas, pero a nivel de audiencia durante los primeros 3 o 4 días que tuvimos de prueba para ver cómo reaccionaba la audiencia, la verdad no funcionaba. Tuvimos que hacer una serie de cambios a nivel de calendarización para llevar a Canal 11 o Canal 4 estas transmisiones porque a nivel de negocio no funcionaba mantenerlas en el canal principal y cancelar la programación que sí estaba vendida (como novelas y películas). La respuesta de la audiencia termina llevando a otra línea de trabajo”.
- “Habrá gente en el país que pueda tener gusto por alguna disciplina en particular, por ejemplo, el ciclismo, pero a nivel macro de un canal nacional, no es tanta la representación. Puede haber 5 mil ciclistas que van a ver la competencia del Tour de Francia, que lo están esperando, 5 mil fiebres del ciclismo que lo van a ver, pero son 5 mil al final, o 10 mil, o 30 mil o 50 mil personas, no son tan representativas en un país con 5 millones de

habitantes... Los mercados saben que la respuesta de la audiencia no es tan fuerte y por eso no le apuestan a eso, apuestan y ponen el dinero en otro punto”.

- “La cultura del costarricense está muy enfocada a lo que es el desarrollo del fútbol... La respuesta en comparación al fútbol no se compara. La audiencia de un partido de fútbol bajo, que involucre a uno de los equipos tradicionales y otro no (tradicional), de fase regular, es 5 veces la audiencia que puede tener un evento de Juegos Olímpicos de otra disciplina cualquiera... Si nos vamos a un partido de semifinal, final o muerte súbita de campeonato nacional, incluso podría estar hablando de hasta 20 veces la audiencia que podría tener un evento de Juegos Olímpicos”.
- “Si hablo de porcentajes a nivel informativo, diría que un 70-75% del contenido de deportes es fútbol, porque así es como lo dictan las audiencias y así tenemos que enfocarnos porque es lo que vende... Una noticia de la Liga (Deportiva Alajuelense), de Saprissa, de la Selección de Costa Rica, incluso si lo ponemos con fútbol internacional, no es comparable”.
- “Incluso para el fútbol, hoy por hoy la competencia de otro tipo de transmisión a nivel de entretenimiento es bastante fuerte, el fútbol ha perdido su peso, antes era lo único que movía a la gente, ahora no, ahora hay diferentes plataformas y no solo con la competencia interna dentro del mismo canal, sino con las plataformas de *streaming* que ofrecen servicios de contenido”.

Relacionado a esto, el productor de Deportes Repretel, Allan Agüero, explicó cómo se mide el *rating* en Costa Rica y aportó una valoración más numérica del tema y de cómo se mueven las audiencias, pues mencionó cómo se mide el *rating* y cómo eran los registros que estos tuvieron durante los Juegos Olímpicos y cómo se comparan con partidos de fútbol, tanto de Campeonato Nacional como de la Selección:

- “Cuando no habían (sic) ticos era un *rating* de 3 puntos sobre 100 (3%), la forma en que se maneja el *rating* es la del GAM, que hay casas que tienen un chip que lee si usted pone el (canal) 7, si pone el 6, va registrando los momentos, si hace *Zapping* él registra el *Zapping*. Lo que pasa es que es una toma muy pequeña porque son solo 400 televisores nada más, o sea es un 100% de 400 teles... la muestra es esa. Digamos, los 400 televisores no están en Guadalupe (están en diferentes lugares del país). Se busca un porcentaje de

gente pobre, media clase y con mucha plata, por decir algo se maneja un 33% de clase pobre, un 33% clase media y un 34% de clase alta... Se calcula según los de Ibope (empresa mediante la cual se mide el *rating*) que un punto (1%) son 75 mil personas, entonces digamos entre comillas que teníamos un *rating* de 210 mil personas, por ahí andaba, 300 mil personas que lo estaban viendo”.

- “Aquí lo que más vende en este país es el fútbol y lo que más vende es un partido de Saprissa-Alajuela o partidos del Mundial de Costa Rica como el de contra Grecia u Holanda (en Brasil 2014), ahí el *rating* era de 70 puntos. Aquí ningún programa ha llegado a tener un 100% de *rating* y eso sería escandaloso”.
- “Es como muy difícil (el tema) aquí de los deportes alternativos en Costa Rica. Aquí a la gente lo que le gusta es ir a verlos en el lugar (donde se desarrolla), usted a veces ve carreras de atletismo y usted ve que se llena..., pero cuando es internacional, la gente no se toma el tiempo para ver realmente esas transmisiones”.
- “En Canal 11, ahí se pasó todo, a veces la gente digámosle no lo ve mucho, aunque se promocionó por Canal 6, por la radio y por todos lados, la gente no pica como dice uno. El canal es el esfuerzo de traer eso porque realmente eso es caro, o sea, traer Juegos Olímpicos, los derechos son bastante caros, pero de ahí a lo último se da como un servicio, realmente no nos deja plata como para cubrir casi lo que se está produciendo”.
- “Dependiendo del partido y la novela que vayamos a transmitir, un partido de Alajuela puede hacer unos 12 puntos (12%), una novela, dependiendo de la novela, cuando estuvo Betty La Fea pegaba 20 o 25 puntos (20%-25%), novelas que son grandes, y lo que es Juegos Olímpicos, si no hay ticos, va a hacer 3 puntos (3%) mientras las novelas y el fútbol andan alrededor de más de 20 puntos (20%)”.
- “El tico se guía solo por el fútbol. Nosotros transmitimos un partido de béisbol y nadie lo va a ver, o sea, por la final que sea, la mejor, digámosle y nadie va a ver. Si tal vez me traigo a los Dodgers y a los Yankees a que juegue ahí en (el Estadio de Béisbol) Escarré podría ser que sí..., pero no es asegurable... Una vez nosotros transmitimos el 4x4 que es de los carros que suben en una montaña, con piedras, que caen al agua a un lado y todo lo demás; y el primero (que transmitieron) la pegó bonito (en cuanto a que tuvo una buena cantidad de audiencia), el primero, pero ya después quisimos hacer más y ya no ya la gente no (lo veía)”.

- “En la Guácima con los piques que hacen y todo lo demás, eso está lleno, pero a la hora que lo transmitís que llega a uno o dos puntillos..., desgraciadamente las televisoras viven del *rating* y de los patrocinadores, entonces si nadie ve el programa, el patrocinador, diay, ‘no voy a ponerle mil colones a eso si no lo estoy vendiendo’”.
- “En un noticiero cuando usted está haciendo noticias y no habla de Saprissa, no habla de Alajuela (Liga Deportiva Alajuelense), no habla de Heredia (el Club Sport Herediano), no habla de Cartago (Club Sport Cartaginés), por decir los cuatro equipos tradicionales, la gente hace ‘prin’ y cambia de canal”.
- “Hay veces, como cuando Andrey Amador ganó una etapa en el Giro d’Italia, fue el ‘bum’ y todos los noticieros tiraron (publicaron/transmitieron) todo, pero esos toques cuando son así únicamente surgen, como cuando estaban las (hermanas) Pol... los ticos somos por emociones... es cuando hay algo que una el país porque va a ganar algo el país, no es porque vaya a ganar algo San José, Alajuela... ahí el tico prefiere ver la novela”.
- “(En los noticieros) estamos tirando (transmitiendo) casi 15 minutos y ahí de vez en cuando tiramos alguna cosa, pero es la NBA, que jugó Keylor Navas en la Champions League y cosas así, pero vamos a lo mismo, Champions League es fútbol, de la NBA que tiene su gente aquí en Costa Rica, el béisbol que tiene su gente, la Fórmula 1 que también hay mucha gente que le gusta, pero es cosas, así como muy muy (sic) poco, de un 100%, el 1% si acaso puede pasar en un noticiero.

Gaitán tuvo una postura más positiva sobre la forma en que la audiencia recibe y consume las transmisiones de Tokio 2020, aunque también manifestó que las diferencias entre la cantidad de televidentes para un partido de fútbol y de un evento de cualquier otro deporte son notorias:

- Creo que (la transmisión de los Juegos Olímpicos) tuvo una buena acogida y más bien la gente sintió que quería disfrutar de otras disciplinas. Cuando llegan los JJOO yo siento que al aficionado costarricense le atrae, le gusta ver esa competencia entre diferentes países, diferentes atletas y otros deportes, ya de una manera no a manera de resumen sino con la competencia completa, entonces me parece que la retroalimentación con la gente fue bastante buena y que tuvo una buena acogida”.
- “Creo que sí hay segmentos (de audiencia) pero siguen siendo pequeños si los vemos de manera separada... las personas a las que les gustaría ver una competencia de atletismo

completan puede ser un público pequeño... por poner un ejemplo, si lo vemos de manera aislada. El país es además pequeño con una población de 5 millones de personas y creo que no hay públicos tan grandes para deportes alternativos por lo menos para seguir competencias completas a través de la televisión... y ya algo más establecido de todas las semanas creo que eso es un poco más complicado. Aunque si todas esas audiencias o esos públicos potenciales, hablo de la gente que le gusta el baloncesto, que le gusta el béisbol, que le gusta el atletismo, que le gusta el fútbol americano, si a todos esos los juntamos, yo creo que sí hay un segmento interesante de personas que les gustan los deportes alternativos, pero ya ahí hablo como bloque de todos ellos. Ya de manera individual sí son nichos como muy específicos”.

- “Hay mucho peso por el tema de las audiencias y sabemos que al gran grueso de la población lo que les gusta es el fútbol y es lo que le atrae. Cuando se pone algo de otro deporte hay un cierto desinterés por (parte de) la masa”.
- “Costa Rica es un caso muy interesante, donde la pasión por el fútbol del aficionado es superior a otros países latinoamericanos, por ejemplo, a pesar de que hablamos de que Latinoamérica es una región sumamente futbolera, pero en ese particular el público costarricense es muy futbolero. Es un país muy abierto donde se compite también en otros deportes, pero no tienen el mismo impacto”.
- Yo digo que fácil, y a mí que me corresponde presentar la edición estelar, hay un 90% o 95% que gira en torno al fútbol, hablo de fútbol nacional, fútbol internacional, de vez en cuando hay algunos espacios para otros deportes, pero no es tan frecuente ni tampoco está establecido que en esa sección tiene que haber algo de otro deporte, no es así. Cuando estaban los Juegos Olímpicos siempre sí teníamos un resumen de otros deportes, eso era bastante bueno... sin embargo, pues en el diario no es así y no es tan frecuente tener esos espacios”.

De la mano con el tema de las audiencias, a los entrevistados se les consultó también sobre el tema del horario de las competencias durante los Juegos Olímpicos, pues estas se realizaban muchas veces durante la madrugada, ante lo cual hubo un criterio dividido entre el equipo de Deportes Repretel.

En el caso de Mora, su declaración fue la siguiente:

- “(El horario de madrugada) sí creo que afecta, pero otros eventos eran a las 8 o 9 de la noche y no había una respuesta, evidentemente sí era mejor (cuando no era de madrugada), la audiencia a las 4 de la mañana no va a ser la misma que a las 8 de la noche, ... pero (en general) la gente sigue prefiriendo la novela”.

Asimismo, Agüero manifestó una postura parecida en ese sentido:

- “Sí, el horario influye mucho, aunque iba a ser parecido. Yo lo he visto porque me han tocado Juegos Olímpicos y a la gente no le atrae el deporte alternativo”.

Por parte de Gaitán, él sí lo consideró un problema más significativo y un elemento más influyente en la audiencia que recibieron durante los Juegos Olímpicos. Incluso, también se refirió a sus expectativas en ese aspecto para los JJOO de París 2024:

- “Creo que el problema quizás era el tema de la diferencia horaria que era muy grande con respecto a Japón, estamos hablando de 15 horas de diferencia, eso hacía que los eventos fuesen de la medianoche casi en adelante en horas de la madrugada donde obviamente sabemos que la mayoría de las personas estaban descansando. sin embargo, creo que (la transmisión de los Juegos Olímpicos) tuvo una buena acogida y más bien la gente sintió que quería disfrutar de otras disciplinas”.
- “Sin duda que tiene mucho peso, más si en una competencia no hay algún costarricense de por medio... entonces creo que sí tiene un impacto bastante fuerte o tuvo, por lo menos esos eventos que se hacen en Asia, por ejemplo, hablamos ahora de los Juegos (Olímpicos) de Tokio pero en su momento cuando fue el Campeonato Mundial del 2002, por ejemplo, Japón y Corea, también se da ese ese fenómeno de muchos eventos que son a la 1, 2 o 3 de la mañana hora nuestra, doce de la noche entre semana, entonces sí es un poco más complicado. En París en el próximo año, en el 2024 la diferencia ya es menor, de 7 u 8 horas, entonces muchos eventos creo que van a tener mayor expectación y sobre todo mayor *rating*, mayor sintonía y mayor público... mayor audiencia por esa situación de que la diferencia horaria es más pequeña de Costa Rica con Francia”.

Otro elemento por el cual se consultó los miembros del equipo de trabajo de Deportes Repretel fue sobre el perfil de las personas que veían las transmisiones, específicamente en relación con lo que el público esperaba algún deporte o evento en particular de los Juegos Olímpicos o no;

o sobre todo si existía alguna diferencia entre la cantidad de audiencia cuando competían atletas costarricenses con respecto a las demás competiciones.

Sobre esto, Mora mencionó lo siguiente:

- “No podría yo decir que la gente está esperando el evento en particular de tal atleta o que hay una variación de audiencia porque va a competir tal (deportista), salvo la competencia que hubo donde casi consigue medalla Kenneth Tencio, que además fue una en un horario bastante bueno y agradable para la gente, como las 6 o 7 de la noche, en eso podría decir que hubo una variación de audiencia, pero en el resto no”.
- “No había un movimiento de audiencias que se enfocara dependiendo del evento, en sí el costarricense no esperaba un evento en particular para verlo, eran audiencias que se mantenían en un mismo nivel y eso es lo que tal vez complica el hecho de que se den transmisiones de este tipo de otras disciplinas con mayor frecuencia”.
- “(La audiencia en las competencias de los atletas costarricenses con respecto a las demás) no varía mucho y es súper difícil de medir porque no son eventos tan largos. Estamos acostumbrados a medir un partido de fútbol que son dos horas, a medir un partido grande, pero Costa Rica no participaba en disciplinas colectivas, entonces eso reducía todavía más el espacio de transmisión porque eran competencias de media hora o máximo 15 minutos. En el caso de los nadadores era una competencia que duraba 25 segundos y ya, esa fue la participación del costarricense”.

Si bien Mora afirmó que no había mucha diferencia, este criterio difiere de lo declarado por Agüero y Gaitán. Gaitán afirmó que:

- “Cuando estuvieron compitiendo atletas costarricenses obviamente que había una mayor atención y participación, un mayor *rating*, vamos a decirlo así, obviamente porque hay un asunto de interés nacional”.
- Sí, varía bastante, especialmente con las hermanas Vargas, con Andrea Vargas, incluso con la participación del surf, creo que, en esos dos eventos para ser un poco más concreto, la participación de del surf y del atletismo para Costa Rica especialmente en el atletismo con Andrea Vargas creo que sí, una muy buena sintonía obviamente por porque había esa expectación. También con el tema del BMX y Kenneth Tencio creo que también, que se

quedó a nada de ganar una medalla para Costa Rica... esos tres momentos fueron de los más importantes en cuanto por lo menos a audiencia”.

Agüero, por otro lado, y con números más explícitos, explicó lo siguiente con respecto a la variación de audiencia cuando participaban deportistas costarricenses:

- “Cuando no habían (sic) ticos era un *rating* de 3 puntos (3%) ..., pero cuando estaba Andrea Vargas ahí sí el *rating* nos llegó a 20 puntos (20%), pero Andrea Vargas dura 10 segundos (risas) porque es una carrera rápida. El otro *rating* que tuvimos muy bueno fue el de la hermana de Andrea, Noelia, que era una competencia de 3 horas. La de Tencio nos dio como 10 puntos de *rating*”.
- “Es muy elevado (el *rating* cuando compiten costarricenses), es totalmente otra cosa, por más competencia grande en que estén los gringos (estadounidenses), el Comité Olímpico Ruso, que se califica que están entre los mejores junto a los chinos,... por más tecnología que se meta en las transmisiones, si no hay un tico a la gente no le llama la atención y a veces hay ticos y ni se dan cuenta, tienen que ser ticos ya grandes (reconocidos) como el ciclista Andrey Amador, que también tuvo muy buen *rating* porque estuvo mucho rato entre los primeros”.

Finalmente, si bien los periodistas de Repretel resaltaron que el negocio es lo que determina el contenido informativo que se ofrece, también destacaron que más allá de la cantidad de audiencia que reciban, también existe una responsabilidad por parte de los medios de comunicación en llevar noticias de otras disciplinas a los consumidores.

Sobre este elemento, Mora también se refirió no solo al tema de la responsabilidad, sino a la forma en que se llevan a cabo noticias de otros deportes cuando se presentan en un noticiero.

- “Nosotros prácticamente en los noticieros intentamos incluir temas de diferentes disciplinas en todas las secciones deportivas con costarricenses y a nivel internacional, por esa parte siento que es un poco de responsabilidad social que tenemos de no solamente enfocarnos solo en algo y si no también construir información de algo en otros temas deportivos”.
- “El detalle de las coberturas de noticias de deportes no tradicionales es la forma de presentación... ¿Cómo tratamos estas disciplinas? Como historias de superación, historias

humanas, tiene que venderse de esa manera para que se vuelva atractivo para el público... Humanizar un poco a estos atletas y no vender la cobertura del deporte como tal”.

Sobre este tema, Gaitán declaró:

- Yo creo que también es responsabilidad de los medios de comunicación abrir espacios hacia otros deportes, hacia otras figuras también que están surgiendo, que hacen mucho esfuerzo para poder competir muchas veces sin facilidades, esa es la nuestra norma en un país como este, sin posibilidades económicas en la mayoría de los casos para competir, donde hay que poner plata del propio bolsillo para ir afuera, para costear un viaje, para costear el hospedaje, implementos y todo lo que conlleva practicar un deporte de la manera, pues digamos profesional que implicaría”.
- “Sí es una responsabilidad de los medios y una tarea también quizás pendiente también, de poder, aunque sea con pequeñas gotitas, destacar también a muchos de estos deportistas que muchas veces también consiguen éxito”.
- “Yo soy consciente de que los medios tenemos esa responsabilidad de abrir esos espacios e intentar crear afición porque es difícil crear afición por otros deportes si no hay el respaldo de los medios de comunicación, el fenómeno que vive el fútbol es gracias a los medios de comunicación”.

Además, Agüero dio a conocer que, durante algunas transmisiones, incluso para partidos de fútbol, es más lo que pierde el canal que lo que recibe y que por eso muchos patrocinios se venden en un paquete para toda la temporada y no para partidos individuales.

- “Se hace a veces por servicio, aunque no se gana, se pierde. Hay partidos que nosotros damos y casi nadie los ve, es un *rating* de 0.5, pero es un servicio que se le da a la gente... en este caso se está invirtiendo una cantidad de plata en hacer una transmisión, pero no se está recibiendo mucho”.
- “A lo último lo que salva es que muchas cosas (patrocinios) se venden por paquete, entonces yo como agencia digo ‘te voy a comprar el paquete de estadísticas durante toda la temporada’, entonces ese va a salir en los partidos buenos, rebuenos, finales y en los

partidos remalos, pero porque es un paquete... esos son los servicios que se dan y ya hace un poquito que es de la ganancia”.

Para cerrar las intervenciones del equipo de Deportes Repretel, Gaitán también se expresó sobre la cantidad de cobertura que reciben los deportes alternativos en el sentido de por qué no tienen más espacio en los medios de comunicación y algunos puntos donde cree que se puede mejorar.

- “Creo que (la cantidad de espacios que reciben los deportes alternativos en el medio de comunicación) va por falta de patrocinios de esas otras entidades (los patrocinadores). Creo que también a nivel de ellas (las federaciones) en el aspecto de comunicación, también podría mejorarse algunos aspectos que los acercaran un poco más a los medios y creo que a veces ahí hay federaciones/asociaciones que ni siquiera tienen a un periodista, y a veces no es solo tenerlo, sino que también pues de alguna manera que ese encargado de comunicación o ese profesional de la comunicación pueda también de a poquito ir generando algún espacio en los diferentes medios que le permitan, por lo menos, divulgar un poco las informaciones de ese deporte, las noticias que puede haber, que las tiene como todo deporte, entonces creo que es un tema de recursos, un tema de quizás también de parte de los medios de explorar un poco otros mercados, pero hoy es caro hacer una transmisión de televisión. Entonces creo que lo principal es el tema económico que va también de la mano de los patrocinadores”.

Resultados de encuesta a potencial audiencia

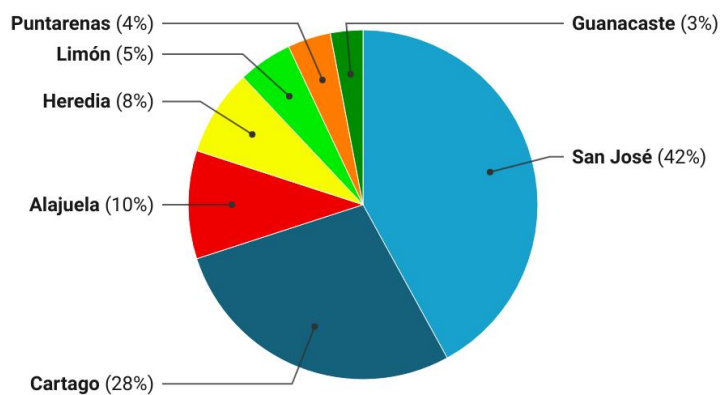
Como parte de este estudio, se realizó también una encuesta a través de la plataforma de Formularios de Google para obtener información, desde el punto de vista del público que puede llegar a consumir el contenido emitido en Repretel, para conocer si tiene algún interés en ver transmisiones de deportes alternativos en alguno de sus canales.

Esta encuesta se logró aplicar a 100 personas, de las cuales 65 fueron hombres, 35 mujeres, donde la mayoría se concentró principalmente en las provincias de San José y Cartago.

De igual manera, sí se obtuvieron respuestas por parte de personas provenientes de todas las provincias de Costa Rica.

Gráfico #1

Provincia de origen de los encuestados



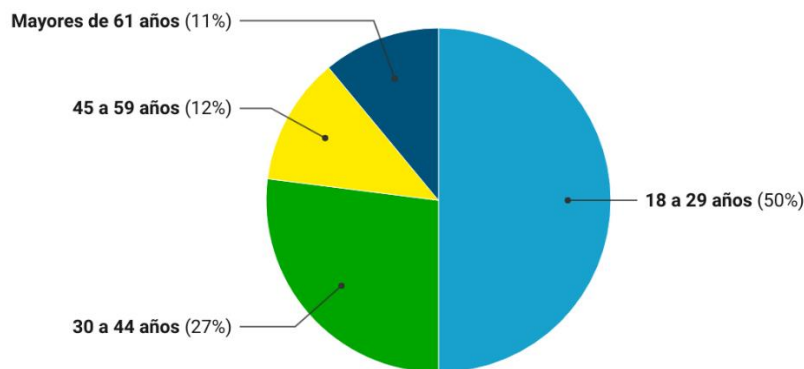
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las edades, la mitad de las respuestas perteneció a personas menores de 30 años, sin embargo, casi un cuarto de las personas encuestadas se encontró por encima de los 45 años y 11 de ellas igualan o superan los 60.

Gráfico #2

Edades de los encuestados



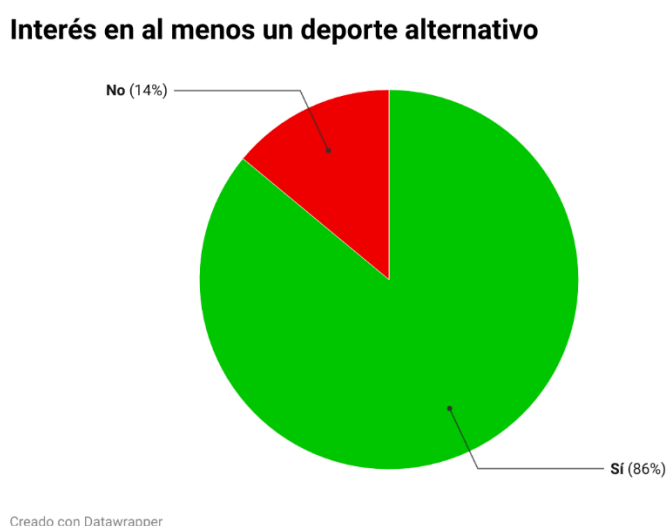
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Todos estos últimos elementos permiten reconocer que la mayor parte de respuestas que se lograron obtener dentro del estudio provienen de un público joven de la Gran Área Metropolitana (GAM).

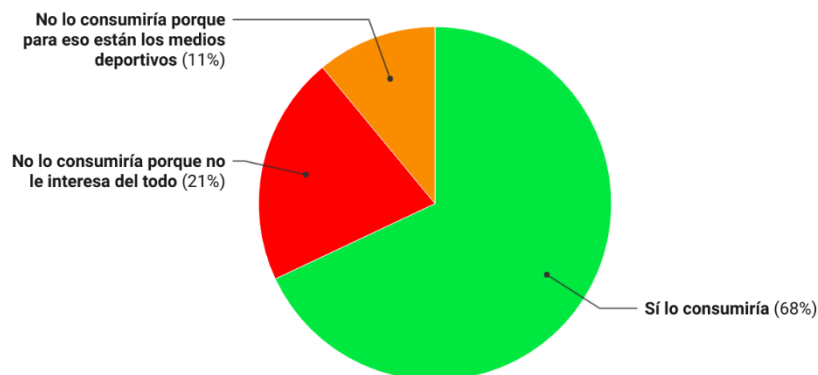
Ya en relación con los resultados, cabe destacar que un 86% de las personas afirmó que sí tiene interés en los Juegos Olímpicos o en al menos un deporte alternativo y un 68% indicó que sí consumiría contenido relacionado a estas disciplinas si el canal decide generar más contenido sobre este tipo de deportes.

Gráfico #3



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, entre las 32 personas que indicaron que no consumirían contenido sobre deportes alternativos en un medio como Repretel, 11 de ellas dijeron que para ofrecer ese contenido ya existen los medios deportivos especializados y 21 personas manifestaron que en sí no les interesa del todo ver contenido sobre deportes alternativos.

Gráfico #4**Potencial consumo de contenido sobre deportes alternativos**

Creado con Datawrapper

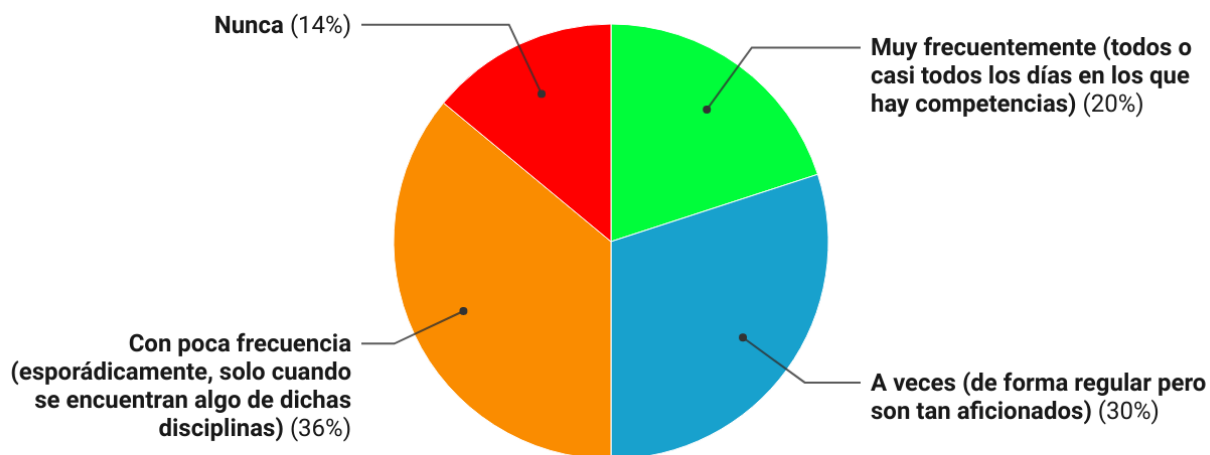
Fuente: Elaboración propia.

Este último dato sobre personas que no tienen interés del todo sobre los deportes alternativos difiere de la cantidad que respondió lo mismo en una pregunta anterior, lo cual podría representar una contradicción por parte de algunas personas al momento de responder preguntas de confirmación que están relacionadas entre sí.

Una vez que ya se comienza a hablar del consumo habitual hacia los deportes alternativos, es importante mencionar que un 14% aseguró que nunca ve contenido sobre disciplinas de este tipo y un 20% asegura ver al menos un deporte alternativo en todos o casi todos los días que hay competencia. El resto indicó que lo ve de forma ocasional, ya sea porque los ve regularmente, pero sin tanta afición o porque se limitan a verlo cuando se encuentran con contenido sin haberlo buscado.

Gráfico #5

Frecuencia habitual de consumo



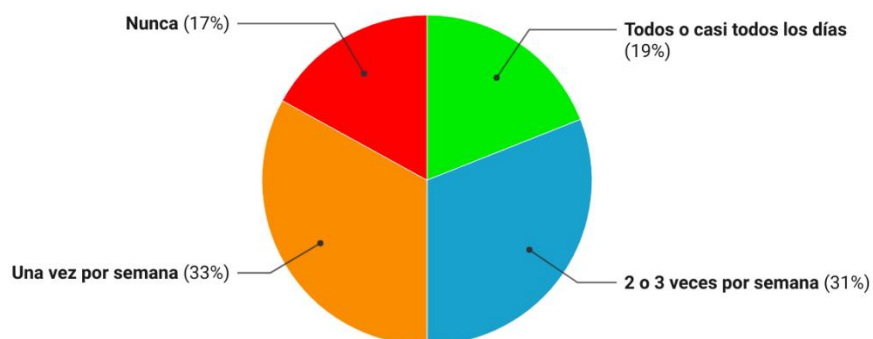
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Aquí cabe mencionar que al preguntar sobre el consumo específicamente durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, predominó en primer lugar la población que los veía una vez por semana y en segundo lugar quienes lo hacían 2 o 3 días semanales.

Gráfico #6

Frecuencia de consumo hacia los JJOO de Tokio 2022



Creado con Datawrapper

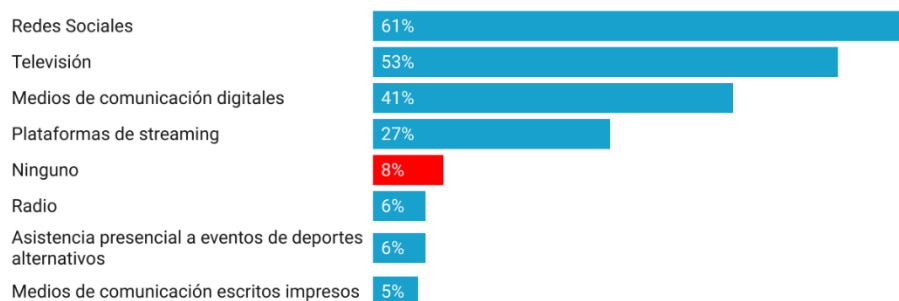
Fuente: Elaboración propia.

Al hablar de consumo, se buscó también conocer a través de cuáles formas y medios de comunicación es que la audiencia busca y recibe contenido relacionado a deportes alternativos.

En este punto, las redes sociales, la televisión, los medios de comunicación digitales y las plataformas de *streaming* representan los canales más habituales de consumo hacia deportes alternativos; mientras la radio, los medios de comunicación impresos y la asistencia presencial a eventos se mostraron como los menos habituales.

Gráfico #7

Canales por los que las personas siguen los deportes alternativos

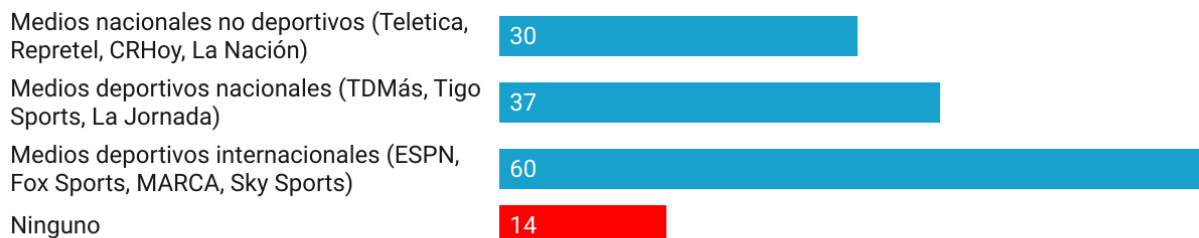


Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Una vez entendido esto, también es importante conocer cuáles son los medios de comunicación que la gente consume más para ver contenido de deportes alternativos regularmente, ahora identificados según su origen y sus especializaciones y no por los canales que utilizan para llegar a su público. Estos se dividieron en las categorías de medios nacionales no deportivos (como Repretel), medios nacionales especializados en deportes y, finalmente, medios deportivos internacionales.

Es importante aclarar que tanto en el punto anterior como en el siguiente se habilitó la opción de “Ninguno” para aquellos que no consumen del todo contenido relacionados a deportes alternativos.

Gráfico #8**Medios de comunicación donde la audiencia consume deportes alternativos**

Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Bajo el entendido de que esto es un indicador habitual, para este análisis fue necesario comparar este dato con el periodo en que se desarrollaron los Juegos Olímpicos, tomando en cuenta además que en el caso de Costa Rica el medio de comunicación Repretel fue el que contó con los derechos de transmisión para los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

Durante los últimos JJOO, Repretel fue el que más consumo recibió en materia de deportes alternativos con un 51%, seguido por un 46% de contenido noticioso de medios deportivos nacionales y un 41% de noticias producidas por otros medios nacionales, independientemente de si eran deportivos o no.

Gráfico #9**Medios donde la audiencia siguió los JJOO de Tokio 2020**

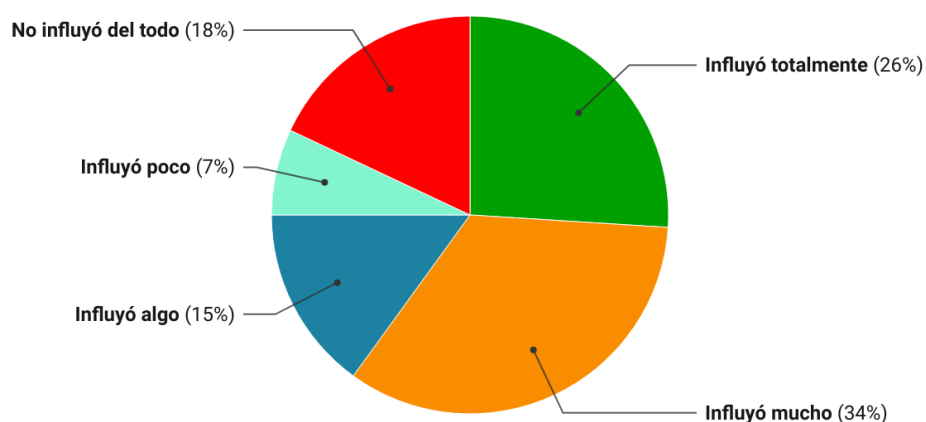
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta que muchas de las competencias de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 se realizaron en un horario de madrugada para Costa Rica, se le consultó también sobre cuánto y cómo afectó esta situación al consumo que le otorgó al evento. Ahí la mayoría indicó que esto tuvo una influencia alta o muy alta en la cantidad de contenido que podía ver, sin embargo, fue otro de los puntos donde hubo más contradicciones por parte de algunos encuestados.

Gráfico #10

Influencia del horario en el consumo hacia los JJOO



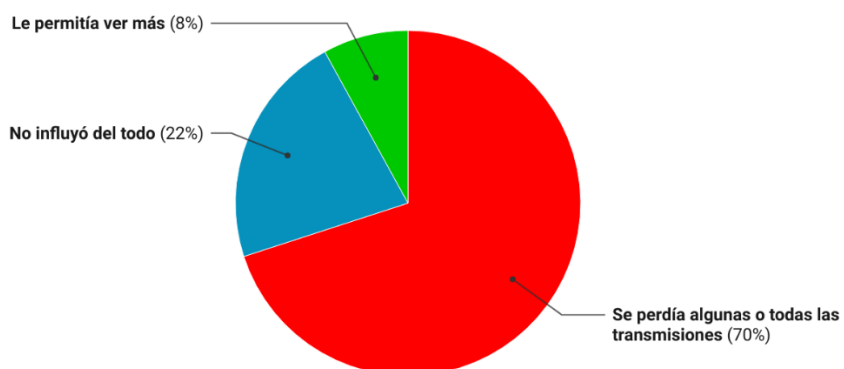
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Esta contradicción se produjo principalmente al consultarle cómo influyó el tema del horario, pues hubo personas que al preguntarle la manera en que influyó declararon que este elemento “no influyó del todo” pese a que en la pregunta anterior declararon que el horario sí tuvo algún tipo de influencia.

Gráfico #11

¿Cómo influyó el horario en el consumo hacia los JJOO?



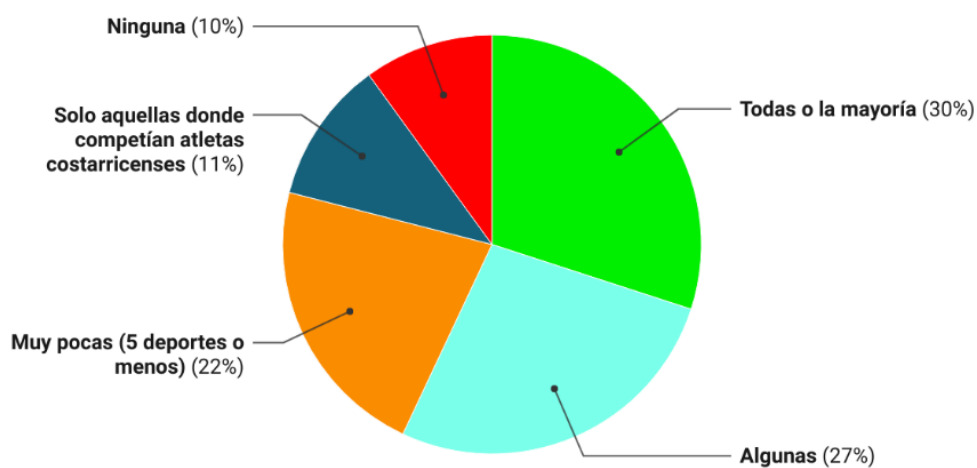
Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, tras recopilar todos estos elementos, se les consultó a las personas sobre cuántas y cuáles competencias despertaron su interés, en caso de haberlo tenido, principalmente para conocer si las personas buscan ver deportes muy específicos, si les llama la atención muchos o pocos, o si su interés se limita a los deportistas costarricenses.

Gráfico #12

Cantidad de competencias que la gente consumió



Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia

Este último gráfico indica que las personas que se interesaron por los Juegos Olímpicos consumieron de una cantidad media a alta de disciplinas, mientras que un tercio de la muestra total se limitó a competencias muy específicas, de los cuales en algunos casos esta limitación fue hacia competencias de deportistas costarricenses.

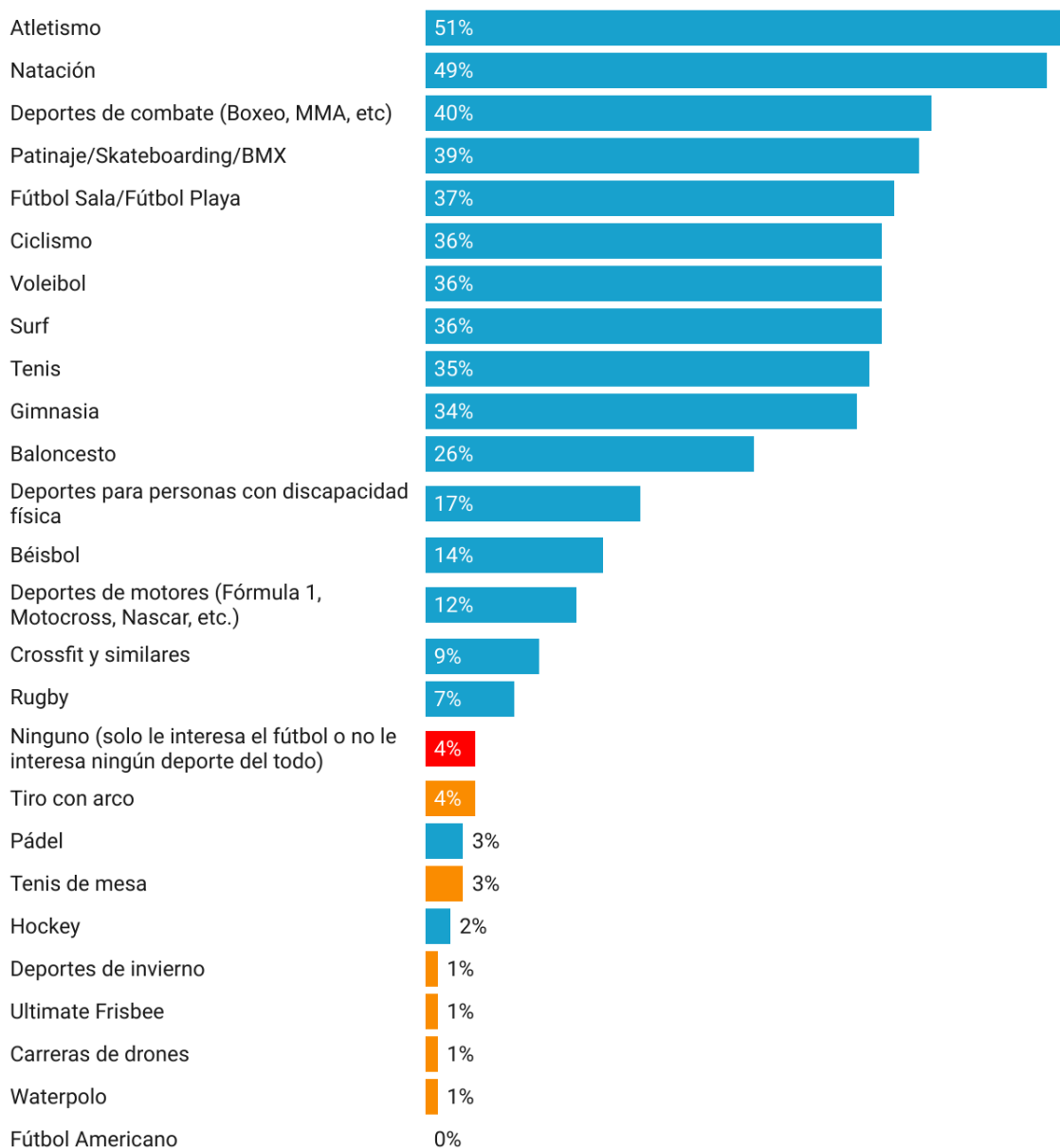
Una vez que se identificó esto, el análisis de la encuesta cierra con los deportes alternativos que despiertan más interés en la población, tanto dentro como fuera de los Juegos Olímpicos; en donde las opciones más seleccionadas fueron las disciplinas de atletismo, natación y deportes de combate como boxeo y artes marciales mixtas.

Es importante mencionar que al realizar la encuesta se omitió involuntariamente colocar la opción del fútbol americano, sin embargo, pese a ello, ninguno de los encuestados lo escribió en pestaña de “Otros” en donde tenía la posibilidad de añadirlo, como si lo hicieron para añadir otros deportes que tampoco fueron enlistados en el cuestionario original, como principalmente lo hicieron con los deportes de tiro con arco y el tenis de mesa.

Gráfico #13

Interés en deportes alternativos, según disciplina

En naranja se marcaron los deportes que fueron añadidos por los encuestados por medio de las opción "Otros: ____".



Creado con Datawrapper

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones generales

Tal y como se esperaba, la cobertura de deportes alternativos en Repretel se encuentra limitada debido a distintos factores, los cuales están relacionados principalmente a un tema de audiencia y patrocinadores. Por tal motivo, los deportes alternativos suelen recibir una cobertura notoriamente menor en comparación con el fútbol la mayor parte del tiempo.

Eso sí, cabe mencionar que se evidenció una importante variación entre la cobertura de deportes alternativos que hubo durante el tiempo en que se realizaron los Juegos Olímpicos en comparación con la cobertura que existe en la actualidad, principalmente en relación con la cantidad de contenido generado entre un momento y otro.

Esta variación se produce principalmente en la frecuencia, mas no tanto en el tipo de cobertura, pues se identificó que la forma en que se presentan las noticias sobre deportes alternativos varió poco entre el período de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y la actualidad; además de que también varía poco con respecto a la estructura de las notas de fútbol.

Sobre esto último, además de la frecuencia, también cabe mencionar que hubo variación también en el público recibido con el fin específico de consumir deportes alternativos.

Aquí es importante resaltar que para esta comparación se presentó una de las limitaciones más importantes a la hora de realizar la investigación, esto debido a que fue muy difícil recuperar secciones de deportes en Noticias Repretel durante el 2021; pues en el sitio web del medio de comunicación los noticieros del 2021 no están disponibles del todo y en la plataforma de YouTube la sección deportiva fue eliminada en la mayoría de las grabaciones.

En conjunto con esta limitación, también aparecieron otras como la poca anuencia por parte de expertos y autoridades relacionadas a deportes alternativos para atender las consultas que se les quería realizar para esta investigación, asimismo que para la encuesta apareció la limitación de que tuvo muy poco alcance en las provincias costeras de Costa Rica.

También destaca entre las conclusiones que la posición del medio de comunicación, específicamente de su departamento Deportes Repretel, difiere en cierta medida con algunos de los resultados obtenidos en la encuesta respondida por los consumidores del medio, principalmente

en cuanto al interés sobre los deportes alternativos que existe por parte de la potencial audiencia y lo que motiva el interés de las personas hacia estas disciplinas.

Finalmente, y como era de esperar, se comprobó que en efecto existen deportes alternativos que generan mucho más interés que otros y este es un elemento muy importante, pues sirve para que tanto Repretel como otros medios de comunicación puedan tener una referencia de cuáles deportes llaman más la atención del público.

Objetivo 1. Identificar el tipo y la frecuencia de la cobertura mediática que reciben los deportes alternativos en Repretel en comparación con el fútbol como deporte popular y tradicional costarricense.

En cuanto al tipo de cobertura, la estructura de las notas y el tiempo de cada una fueron similares tanto para el fútbol como para aquellas realizadas sobre otros deportes, en donde destaca que incluso en algunas ocasiones una sola nota sobre deportes alternativos tuvo una extensión muy significativa.

En ese sentido, también cabe destacar que estas notas están enfocadas principalmente en el deporte costarricense, pues durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 las notas siempre estuvieron enfocadas en los atletas nacionales.

Además, en el caso de las notas analizadas del presente año 2023, la mayoría también estuvo enfocada en los Juegos Deportivos Nacionales y en un deportista costarricense como David "Medallita" Jiménez, pero hubo otros eventos de gran relevancia a nivel nacional e internacional que fueron omitidos por completo como el Abierto de Australia de tenis.

Bajo estos criterios, se concluye que el contenido ofrecido sobre deportes alternativos se basa más en un criterio patriótico y que su cobertura depende más de la relevancia que obtiene un deportista nacional al representar al país que la relevancia de la disciplina en sí.

Estos últimos puntos indican además que los deportes alternativos reciben cobertura por parte de Repretel, principalmente, cuando se trata de eventos multidisciplinarios (Juegos Olímpicos y Juegos Nacionales) y cuando hay atletas costarricenses compitiendo en el exterior por algún evento.

Otra conclusión destaca que la cobertura durante los Juegos Olímpicos hacia los deportes alternativos fue más completa no solo en términos de frecuencia sino en cantidad de contenido, pues en la actualidad algunas se limitan a dar un resultado mientras que anteriormente se daban noticias previas a ciertas competencias y con un abordaje más detallado.

Finalmente, basado en declaraciones provenientes de las entrevistas a expertos, se concluye que los medios no reciben apoyo de algunas entidades federativas que se encargan de regular las distintas disciplinas para la cobertura de deportes alternativos, pues muchas no tienen un encargado de comunicación que le haga llegar contenido a los medios y que facilite la interacción entre estos últimos y las instituciones.

Objetivo 2. Comparar la frecuencia de la cobertura mediática entre el momento de los Juegos Olímpicos 2020 y el primer cuatrimestre de 2023.

Entre los principales hallazgos que se pudieron obtener por medio de esta investigación en relación con este objetivo, se concluye que la cobertura de deportes alternativos en la actualidad por parte de Repretel es baja en comparación con la del fútbol, pero sí se realiza y no es inexistente.

Esto último se concluye a partir de que durante los Juegos Olímpicos los deportes alternativos recibían una cobertura diaria y significativa no solo en los noticieros, sino que también por medio de un espacio de una hora diaria dedicada a estos deportes que en la actualidad es inexistente.

Si se compara dicha frecuencia con la actualidad, en el presente la cobertura de deportes alternativos, si bien sí se realiza en algunos días, no es una constante y es sumamente normal que la sección deportiva esté dedicada en su totalidad a noticias sobre fútbol.

Por ello, entre las conclusiones resalta que la cantidad de contenido emitida durante los Juegos Olímpicos no se mantuvo en el tiempo y hoy suele estar limitada a una nota o ninguna sobre deportes alternativos por edición, a veces 2 como máximo, mientras el fútbol recibe entre 4 y hasta 8 notas en una misma sección deportiva.

Objetivo 3. Determinar el interés que tiene la población costarricense en las noticias sobre deportes alternativos y los deportes que atraen más audiencias, según medio y consumidores.

Sobre el interés de la audiencia hacia los deportes alternativos, se concluye que sí existe un público interesado en este tipo de disciplinas, pero es un interés moderado y con un peso menor si se le compara con la audiencia que recibe el fútbol y otro contenido no deportivo como novelas y películas.

Esta conclusión surge a partir de las estadísticas aportadas por el personal de Deportes Repretel y por la encuesta realizada, donde las primeras indicaron que el fútbol y las novelas reciben entre 5 y hasta 15 veces más atención que los deportes alternativos, motivo por el cual estas disciplinas generan un ingreso menor al medio de comunicación debido a que el interés se ve reflejado en la cantidad de patrocinios que recibe el canal.

En el caso de la encuesta, tanto durante los Juegos Olímpicos como en otros momentos donde no hay eventos tan importantes como este, el interés por los deportes alternativos se eleva, pero en cantidades pequeñas, por lo cual su consumo no varía tanto.

En ese sentido, varió más el medio por el que las personas consumieron deportes alternativos que la cantidad de contenido visto relacionado a estos, tomando en cuenta que la audiencia de contenido relacionado a estas disciplinas sí consumió Repretel en cantidades significativamente mayores a lo habitual durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, hablando de manera específica sobre aquella que vio el canal con el fin específico de ver estos deportes.

Bajo esa línea, se concluye que los seguidores de deportes alternativos no son un público tan numeroso, pero sí es un público existente que está interesado en consumir contenido noticioso sobre estas disciplinas.

Sobre esto último, es importante reconocer también que tanto después de las entrevistas como de la encuesta, se concluye que el interés hacia los deportes alternativos está bastante dividido entre las distintas disciplinas existentes y que entre ellas existen deportes que reciben un interés bastante superior a otros, donde destacaron principalmente el atletismo, la natación, los deportes de combate y aquellos relacionados al patinaje, *skateboarding*, BMX y similares.

Asimismo, destacaron en menor medida, pero en cantidades significativas el ciclismo, el surf, el voleibol, el tenis, la gimnasia y disciplinas como el fútbol sala y el fútbol playa.

Aquí cabe mencionar que algunas disciplinas que suelen ser vistas como populares, tales como el baloncesto, el béisbol, el fútbol americano; al menos dentro de la población encuestada, no despiertan tanto interés como las mencionadas en párrafos anteriores.

Según la encuesta, el interés del público no dependió tanto de las competencias de atletas costarricenses como sí lo indicaron algunos de los entrevistados, tomando en cuenta que uno de ellos coincidió en sus declaraciones con que esto no era un elemento tan determinante.

Sin embargo, las estadísticas aportadas principalmente por el productor Allan Agüero indican que los deportistas costarricenses de renombre sí influyeron en la cantidad de audiencia, la cual aumentó y se acercó a la que registra el fútbol principalmente en los eventos de las hermanas Vargas y de Kenneth Tencio.

Con base en esto, se concluye que las representaciones de los costarricenses sí tienen un peso fuerte en la cantidad de audiencia recibida, pero que para la audiencia este no es el único criterio que los motiva a consumir deportes alternativos.

Finalmente, se concluye que el horario de las competencias realizadas durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 tuvo un peso significativo en la cantidad de audiencia que recibió Repretel, pues la mayoría tuvo dificultades para ver las transmisiones debido a que las distintas competencias se realizaban principalmente en horas de la madrugada.

Recomendaciones

En términos generales, se le recomienda a Deportes Repretel mantener al menos algunos breves espacios destinados a la cobertura de deportes alternativos en sus noticieros, esto debido a que estas disciplinas sí cuentan con un público interesado en consumir contenidos sobre éstas.

Al ser un público con un interés moderado, se recomienda que el contenido se mantenga en cantidades moderadas, pero procurando siempre mantener un espacio dedicado a tales disciplinas.

En relación con esto último, se recomienda darle mayor exposición a deportes como atletismo, ciclismo, natación y boxeo por encima del baloncesto, el béisbol y el fútbol americano; al menos en primera instancia dándole cobertura a deportistas costarricenses.

De la mano con esto, se recomienda para futuras investigaciones reconocer cuáles deportes generan interés únicamente hacia deportistas nacionales y en cuáles disciplinas puede existir un interés hacia competencias y atletas internacionales de renombre; aunque no haya atletas costarricenses.

Finalmente, también se les recomienda a las entidades federativas que corresponda, fortalecer su comunicación organizacional, con el fin de facilitar la llegada de sus disciplinas a los medios de comunicación.

Capítulo VI: Propuesta

Una vez que se obtuvieron y se llevaron a cabo conclusiones y recomendaciones, este capítulo tiene como fin generar una propuesta que intente solucionar, aunque sea de forma parcial, el problema que se planteó en esta investigación.

Esta propuesta se basa en la necesidad de cumplir con la responsabilidad social de informar acerca de las distintas disciplinas deportivas y en los resultados de que existen deportes, fuera del fútbol, que sí generan interés en distintos sectores de la población; pero también tomando en cuenta y respetando las prioridades que tiene el medio de comunicación Repretel en su modelo de negocio, según lo que consume la audiencia.

Objetivos

Objetivo general.

Definir una estrategia para dar mayor difusión a los deportes alternativos en el medio de comunicación Repretel.

Objetivos específicos.

Generar un espacio constante y permanente en las secciones deportivas de Noticias Repretel para los deportes alternativos que esté acorde a las posibilidades del medio.

Cumplir con la responsabilidad social identificada por los especialistas entrevistados de brindar información sobre deportes alternativos.

Estrategia de difusión

Con base en los resultados de esta investigación y en los objetivos propuestos, la estrategia que se propone para presentar los deportes alternativos en los noticieros consiste en la utilización de un recurso conocido como “sección de breves” o “rapiditas”, donde se le presente al público diversas noticias en alrededor de 10 o 15 segundos cada una por un lapso de entre un minuto o un minuto y medio; de manera que en poco tiempo el televidente pudo recibir información de muchos acontecimientos, aunque no sea de forma tan detallada.

Aquí cabe mencionar que este recurso no se propone con la intención de eliminar las notas detalladas y completas sobre deportes alternativos, sino que consiste en un medio para informar

sobre estas disciplinas sobre todo acerca de información que es difícil de presentar al público en una nota completa que requiera más tiempo.

Además, se propone utilizar este recurso al iniciar la sección de deportes luego de la pausa habitual que se realiza antes de que esta dé inicio, y sobre todo que se utilicen también “ganchos” o “*bumpers*” en donde se le anuncie al público las noticias más atractivas de la sección deportiva, usualmente de fútbol, antes de comenzar este segmento del noticiero. Esto se haría con el fin de que aquellas personas que en principio no tengan tanto interés en esta información de deportes varios se mantengan en el canal esperando las noticias que sí llaman su atención.

A continuación, se presenta un ejemplo de un guion televisivo de lo que podría ser este recurso:

IMAGEN	SONIDO
Imágenes de la final del Abierto Mexicano de Tenis entre Álex de Miñaur y Tommy Paul.	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>El tenista hispano-australiano, Álex de Miñaur, venció en tres sets al estadounidense Tommy Paul en la final del Abierto Mexicano de Tenis, en su edición número treinta.</p>
Imágenes de la gimnasta nacional Luciana Alvarado durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>La gimnasta Luciana Alvarado, quien representó a Costa Rica en los últimos Juegos Olímpicos, anunció que se retira de la selección nacional para enfocarse en sus estudios y sus competencias universitarias.</p>
Imágenes de Max Verstappen en el Gran Premio de Bahrein 2023 de la Fórmula 1.	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>El piloto neerlandés, Max Verstappen, obtuvo el primer lugar del Gran Premio de Bahrein de la Fórmula Uno, en lo que fue el estreno de la temporada 2023.</p>

<p>Imágenes de Pablo Aguilar compitiendo en la competencia de <i>Down Hill</i></p>	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>El <i>rider</i> costarricense Pablo Aguilar obtuvo un séptimo lugar en importante competencia de descenso urbano en bicicleta, la cual se desarrolló en Colombia con el nombre de Red Bull Medellín Cerro Abajo.</p>
<p>Imágenes del primer partido de Costa Rica contra Argentina en fútbol sala.</p>	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>La selección nacional de fútbol sala empató 4-4 en su primer amistoso ante la subcampeona del mundo, Argentina, disputado el pasado sábado en el Proyecto Gol. Ambas selecciones disputarán un nuevo amistoso hoy a las ocho de la noche.</p>
<p>Videos de la carrera de Andrea Vargas en la Universidad de Lin Field.</p>	<p>Locución por Erick Bolaños:</p> <p>La velocista nacional Andrea Vargas arrancó la temporada 2023 con un primer lugar en el torneo de la Universidad de Lin Field, en Estados Unidos, donde se impuso en los cien metros vallas con un tiempo de 14 segundos y 19 centésimas.</p>

Referencias

- Álvarez, M. y Tristán, L. (2018). ¿Brecha de las noticias? Una comparación de la oferta y el consumo de contenidos en Nacion.com y Crhoy.com. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 2(160). <https://www.redalyc.org/journal/153/15357108007/15357108007.pdf>
- Andréu, J. (2002). *Las Técnicas de Análisis de Contenido: Una Revisión Actualizada*. Universidad de Granada. España. Clásico.
- Aramburu, E. y Vilchez, J. (2020.). *Los juegos y deportes alternativos: Una revisión teórica*. Universidad Peruana Unión. Perú. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3883/Erling_Trabajo_Bac_hiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala, M. (2021). *Crónica deportiva*. *Lifeder*. España. <https://www.lifeder.com/cronica-deportiva/>
- Barbero, M. (2017). Los Juegos Olímpicos de Río 2016: La explosión del deporte femenino español en El Diario ABC. *Citius, Altius, Fortius: Humanismo, Sociedad y Deporte: Investigaciones y ensayos (CAF)*. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/678667/CAF_10_1_3.pdf?sequence=1
- Barbosa, S. y Urrea, A. (2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: Una revisión bibliográfica. *Revista Katharsis*. (25), 141-159. https://www.researchgate.net/publication/324417841_Influencia_del_deporte_y_la_actividad_fisica_en_el_estado_de_salud_fisico_y_mental_una_revision_bibliografica
- Barrasa, B. (2022). *Audiencia. Marketing Directo*. España. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/audiencia-2>
- BBC Mundo (2017). ¿Qué hace específicamente a una actividad un deporte?. Inglaterra. <https://www.bbc.com/mundo/deportes-38484277>

- Bethencourt, A. (2013). ¿Qué es el periodismo televisivo?. *Conociendo El Periodismo*. Venezuela.
<http://conociendoelperiodismo.blogspot.com/2013/01/que-es-el-periodismo-televisivo-e-1.html>
- Blasco, R. (2022). Qué es la nota periodística – con ejemplos. *UnProfesor*. España.
<https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/que-es-una-nota-periodistica-con-ejemplos-5546.html>
- Celebrate Olympic Games. (2021). *Olympics*. <https://olympics.com/ioc/celebrate-olympic-games>
- Cervantes, I. (2015). ¿Qué es comunicación?. *Comunica Y Emprende*. México.
<https://www.comunicayemprende.com/que-es-comunicacion/>
- Ching, M. (2015). ¿Por qué nos gusta hacer zapping?. *El Comercio*. Perú.
<https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/gusta-zapping-247111-noticia/#:~:text=Estas%20son%20conductas%20que%20denotan,es%20un%20s%C3%A9ntoma%20de%20intranquilidad.>
- Costa Rica en los Mundiales: cuántos jugó, mejor actuación, resultados y futbolistas históricos (2022). *Goal*. <https://www.goal.com/es-mx/noticias/costa-rica-en-los-mundiales-cuantos-jugo-mejor-posicion-y-jugadores-historicos/1ppxwgjq7bv4n1hav41x63fbkp>
- Cruz, M. (2019). Fuentes de Información. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*. Vol. 8 (15). 57 – 58.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/4864/6748>
- Díaz, J. (2012). La frase “en vivo y en directo” ¿Un pleonasma?. *JavierDíazGil.Blogspot.com*. España. <http://javierdiazgil.blogspot.com/2012/04/la-frase-en-vivo-y-en-directo-un.html>
- Definición XYZ (s.f). Psicología de la comunicación. <https://definicion.xyz/psicologia-de-la-comunicacion/>
- DIR Confidencial (2020). ¿Qué es la audiencia media y cómo se mide en televisión?. España.
<https://dirconfidencial.com/diccionario/que-es-la-audiencia-media-20200528-1237/#:~:text=La%20audiencia%20es%20el%20n%C3%BAmero,p%C3%BAblico%20objetivo%20estaremos%20malgastando%20recursos.>

- Escrivá, A., Gómez, L., Simarro, B. y Tamayo, E. (2015). Juegos Tradicionales y Sexismo. Universidad de Valencia. España.
<https://juegostradicionalesysexismo.blogspot.com/2015/04/definicion-de-juegos-y-deportes.html?m=1>
- Federación Costarricense de Fútbol. (s.f.). Historia del Fútbol en CR. Costa Rica.
<https://www.fcrf.cr/historia-del-futbol-en-cr/>
- García, M. (2014). La Sala de Redacción. Venezuela. <https://prezi.com/wyd303ypm96o/la-sala-de-redaccion/>
- Goldberg, D. (2018). Radiografía de la gestión de los departamentos de prensa de los equipos de fútbol de Primera División de Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica.
<https://repositorio.uned.ac.cr/handle/120809/1732>
- Gómez, D. (2008). La narración de fútbol en Colombia: voces y estilos. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5854/tesis12.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- González, F. (2006). Fuentes de Información. Universidad Nacional de Colombia. Colombia.
<https://dis.unal.edu.co/~fgonza/courses/2006-II/seminario-I/fuentesInformacion.pdf>
- González, T. (1987). Estudio de los intereses profesionales en estudiantes universitarios. *Revista Cubana de Psicología*, 4(3), 17-24. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v4n3/03.pdf>
- Granados, S. y Cuéllar, Á. (2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Katharsis: Revista de Ciencias Sociales*, (25), 141-160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369972>
- Guijarro, M. (2020). Qué es y cómo elaborar un plan de comunicación. IEBS Business School. España. <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista M. (2014). Metodología de la Investigación (4ta. Ed.). McGraw Hill. México.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista M. (2018). Metodología de la Investigación (5ta. Ed.). McGraw Hill. México.
- Hernández, C. (2021). Rasgos de la competencia directa y perfil de seguidores de cinco páginas deportivas digitales en Costa Rica. *Cuadernos de Administración*, 2(1), 9-22. <https://revistasecauned.com/index.php/cda/article/view/21/43>
- Ibarra, C. (s.f). El Deporte. Universidad Autónoma del Estado de México. México. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n5/m15.html>
- Instituto Costarricense de Deporte y Recreación (2021). 200 años de la República de Costa Rica en el Deporte. Costa Rica. <https://www.icoder.go.cr/noticias/978-revista-conmemorativa-de-los-200-anos-de-la-republica-de-costa-rica-en-el-deporte>
- Instituto Costarricense de Deporte y Recreación (2022a). Cuadro de Edades por Deporte y Años que Comprenden. Costa Rica. <https://www.icoder.go.cr/servicios/juegos-deportivos-nacionales>
- Instituto Costarricense de Deporte y Recreación (2022b). Federaciones y Asociaciones Deportivas de Representación Nacional. Costa Rica. <https://www.icoder.go.cr/directorio-entidades-deportivas>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2021). Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0). Costa Rica. <https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-10/reenaho2022.pdf>
- Irusta, P. (2019). Plan de comunicación: qué es y cómo elaborarlo en 10 pasos. *PedroIrustaMendieta.com*. España. <https://pedroirustamendieta.com/es/plan-de-comunicacion-que-es-y-como-elaborarlo-en-10-pasos/>
- Lobo, J. (2021). Los primeros juegos atléticos y la primera carrera pedestre, San José 1905. Universidad de Costa Rica. Costa Rica. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-469X2021000200058&script=sci_arttext
- Marketing Directo (2016). Zapping. Madrid. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/zapping>

- Martínez, D. (2017). Concepto y Clasificación de los Juegos y Deportes Tradicionales y Populares en España. *Publicaciones Didácticas*. (84), 177-183.
<https://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/084022/articulo-pdf>
- Mata, L. (2019). El enfoque de investigación; la naturaleza del estudio. *Investigalia*. Costa Rica.
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>
- Morales, A. (2022). Qué es la comunicación. *TodaMateria*. Venezuela.
<https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/>
- Navarro, J. (2016.). Qué es en vivo y en directo. *Definición ABC*. España.
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/vivo-directo.php#:~:text=La%20expresi%C3%B3n%20en%20vivo%20y,no%20est%C3%A1%20grabado%20con%20anterioridad.>
- Observatorio de Ciencias Aplicadas al Deporte, la Recreación y la Actividad Física de Cartagena de Indias (2020). Crónicas. *Oficina del Gobierno del Distrito de Cartagena*. Colombia.
<http://ider.gov.co/observatorio/index.php/articulos/>
- Olguín, N. (2021). Juegos Olímpicos: qué son, historia, origen y significado de los cinco anillos. *Diario As*. España.
https://as.com/juegos_olimpicos/2021/07/13/noticias/1626172783_545702.html
- Oliveros, A. (2017). Deportes minoritarios o minorizados. Reportaje audiovisual sobre la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo y la infrarrepresentación de determinadas modalidades en los medios españoles. Universidad de Valladolid. España.
https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/28147/TFG_F_2017_261.pdf?sequence=1
- Pobea, M. (2018). La Encuesta. Red de Salud de Cuba (Infomed). Cuba.
<https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-10/reenaho2022.pdf>
- Pradhan, N. (2021). Media coverage: How to get journalists to love your story. *Learn G2*. Estados Unidos. <https://learn.g2.com/media-coverage>

- Quirós Andrades, Á. (2021). Deportes en los Juegos Olímpicos: Su reflejo en los medios de comunicación y buscadores. Universidad de Sevilla. España. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126408/PER_QUIROSANDRADES_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, F., (2003). Estrategia de mercadeo para un programa automovilístico. Universidad de Costa Rica. Costa Rica. <http://repositorio.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/72944/FIORELLA%20RAM%c3%8dREZ-BIANCHINI.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Clásico
- Ramírez, G. (2015). Guía para elaborar notas periodísticas y notas de prensa. Terre Des Hommes Alemania. Perú. https://antezanacc.com/docs/Guia_para_elaborar_notas_periodisticas_y_notas_de_prensa.pdf
- Rebaza, A. (2020). La investigación periodística como competencia profesional en el periodismo deportivo. Análisis de los diarios Dépor y Líbero. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655064/RebazaL_A.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Reñón, L. (2021). Las voces femeninas del periodismo deportivo: narradoras de partidos de fútbol. Universidad de Valladolid. España. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51423/TFG_F_2021_210.pdf?sequen
- Reyna, V. (2021). Las salas de redacción como no lugares. Universidad de La Salle Bajío. México. https://www.researchgate.net/publication/354223597_Las_salas_de_redaccion_como_no_lugares
- Roldán, K. (2018). Psicología de la comunicación. https://issuu.com/kevinroldanx/docs/mural_psicologia
- Rodríguez, D., (2021). Historia. El origen de los Juegos Olímpicos antiguos. *La Izquierda Diario*. Argentina. <https://www.laizquierdadiario.com/El-origen-de-los-juegos-olimpicos-antiguos>

Rock Content (2021). Top Tips for better press and media coverage. Brasil.
<https://rockcontent.com/blog/media-coverage/>

Scherman, A. y Mellado, C. (2019). La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra Clave*, 22(3). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852019000300008

Sugasti, F. (s.f.). El concepto de interés. Universidad Peruana de los Andes. Perú.
<https://es.scribd.com/document/464650422/El-concepto-de-interes#>

Superintendencia de Telecomunicaciones (2021). Estadísticas del Sector Telecomunicaciones. Costa Rica.
https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/informe_estadisticas_sector_de_telecomunicaciones_2021_sutel.pdf

Tech Institute (2020). Psicología de la comunicación. Costa Rica.
<https://www.techitute.com/cr/escuela-de-negocios/blog/psicologia-de-la-comunicacion>

Tokyo 2020. (2021). *Olympics*. <https://olympics.com/es/olympic-games/tokyo-2020>

Universidad Latina (2020). ¿Qué es el periodismo y cómo se clasifica? Costa Rica.
<https://www.ulatina.ac.cr/blog/qu%C3%A9-es-el-periodismo-y-como-se-clasifica>

Anexos

Anexo 1

Lista de deportes que se desarrollaron durante los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

- Atletismo
- Bádminton
- Baloncesto
- Baloncesto 3x3
- Balonmano
- Béisbol/Sóftbol
- Boxeo
- Ciclismo BMX Freestyle
- Ciclismo BMX Racing
- Ciclismo de montaña,
- Ciclismo de pista
- Ciclismo de ruta
- Ecuestre
- Escalada deportiva
- Esgrima
- Fútbol
- Gimnasia artística, rítmica y en trampolín
- Golf
- Halterofilia
- Hockey
- Judo
- Karate
- Lucha
- Natación en piscina
- Natación artística
- Natación en aguas abiertas
- Pentatlón moderno
- Piragüismo Eslalon y Sprint
- Remo
- Rugby 7
- Saltos
- *Skateboarding*
- Surf
- Taekwondo
- Tenis

- Tenis de mesa
- Tiro
- Tiro con arco
- Triatlón
- Vela
- Voleibol
- Voleibol de playa
- Waterpolo

Anexo 2

Análisis de contenido completo

Análisis de contenido 1:

- 23 de julio 2021 mediodía

1 nota de deportes alternativos (entrevista en vivo). Duración de la nota: 6 minutos y 30 segundos.

1:21:07 - 1:27:37. (6 minutos y 30 segundos). Una única entrevista a Andrés Sancho, padre de Ian Ignacio Sancho.

- 23 de julio 2021 estelar

1 nota de deportes alternativos. Duración de la nota: 1 minuto.

40:10 - 41:10 (1 minuto). Un único espacio para reportar la competencia de Andrey Amador ese día y que la iban a transmitir.

NO SE RECUPERÓ NADA EN LAS OTRAS EDICIONES DEL DÍA.

- 26 de julio 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS

- 27 de julio 2021 mediodía

Se recuperaron únicamente 2 ganchos en la edición de mediodía, uno sobre Brisa Hennessy y otro sobre 4 ticos que aún tenían competencia. **EN LAS DEMÁS EDICIONES NO SE RECUPERÓ NADA.**

- 28 de julio 2021

Solo se recuperó un gancho de una nota de Kenneth Tencio y otro de otra nota de Gerald Drummond en la edición de mediodía; además de un gancho de una nota de fútbol en la edición estelar. **EN LAS DEMÁS EDICIONES NO SE RECUPERÓ NADA.**

- 29 de julio mediodía 2021

No hubo notas de fútbol en esta edición.

5 notas de deportes alternativos. Promedio de tiempo por nota: 58 segundos.

1:30:50 - 1:31:40. (50 segundos). Nota off de Gerald Drummond.

1:31:45 - 1:32:13. (28 segundos). Nota off de Kenneth Tencio.

1:32:18 - 1:33:50. (1 minuto y 32 segundos). Nota con inserción de Tencio.

1:33:55 - 1:34:40. (45 segundos) Nota off sobre atletas que regresaron al país.

1:34:45 - 1:35:58. (1 minuto y 13 segundos). Nota con inserción sobre la fallida participación de Cali Muñoz

1:36:03 – 1:36:46. (43 segundos). Anuncios de los próximos ticos en participar.

NO SE RECUPERÓ NADA EN LAS OTRAS EDICIONES DEL DÍA.

- 30 de julio 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS

- 1 de agosto mediodía 2021

7 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 16 segundos.

No hubo notas de deportes alternativos en esta edición.

1:31:35 - 1:33:20. (1 minuto y 45 segundos). Nota de fútbol.

1:33:25 - 1:34:18. (53 segundos). Nota de fútbol.

Improvisación.

1:35:00 - 1:36:21. (1 minuto y 21 segundos). Nota de fútbol.

Improvisación.

1:36:33 - 1:37:38. (1 minuto y 5 segundos). Nota de fútbol.

1:37:40 - 1:38:36. (56 segundos). Nota de fútbol.

1:38:45 - 1:40:30. (1 minuto y 45 segundos). Nota de fútbol.

1:40:35 - 1:41:40. (1 minuto y 5 segundos). Nota de fútbol.

NO SE RECUPERÓ NADA EN LAS OTRAS EDICIONES DEL DÍA.

- 2 de agosto 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS.

- 3 de agosto 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS.

- 4 de agosto 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS.

- 5 de agosto 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS.

- 6 de agosto 2021 matutina

1 nota de deportes alternativos (nota con inserciones). Duración de la nota: 1 minuto y 51 segundos. No se recuperó ninguna nota de fútbol en esta edición.

58:44 - 1:00:35. (1 minuto y 51 segundos). Una única nota con inserciones sobre Kenneth Tencio. NO SE RECUPERÓ NADA EN LAS OTRAS EDICIONES DEL DÍA.

- 9 de agosto 2021

EN TODAS LAS EDICIONES DE ESTE DÍA NO SE LOGRÓ RECUPERAR LA SECCIÓN DE DEPORTES EN NINGUNO DE LOS 4 NOTICIEROS.

Análisis de contenido 2:

- 13 de enero de 2023

6 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 58 segundos. No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:45:36 - 1:48:43. (3 minutos y 6 segundos). Fútbol.
 1:48:45 - 1:51:10. (2 minutos y 25 segundos). Fútbol.
 1:51:13 - 1:53:13. (2 minutos). Fútbol
 1:53:16 - 1:55:16. (2 minutos). Fútbol
 1:55:20 - 1:56:50. (1 minuto y 30 segundos). Fútbol
 1:56:52 - 1:57:40. (48 segundos). Fútbol.

- 16 de enero de 2023

6 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 44 segundos. No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:49:15 - 1:51:50. (2 minutos y 35 segundos). Fútbol
 1:51:53 - 1:54:23. (2 minutos y 30 segundos). Fútbol
 1:54:30 - 1:56:18. (1 minuto y 48 segundos). Fútbol.
 1:56:20 - 1:57:35. (1 minuto y 15 segundos). Fútbol.
 1:57:37 - 1:58:42. (1 minuto 5 segundos). Fútbol.
 1:58:52 - 2:00:02. (1 minuto y 10 segundos). Fútbol.

- 17 de enero de 2023

5 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 2 minutos y 10 segundos.
No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:48:25 - 1:50:27 (2 minutos y 2 segundos). Fútbol.
1:50:30 - 1:53:50 (3 minutos y 20 segundos). Fútbol.
1:53:55 - 1:56:05 (3 minutos y 10 segundos). Fútbol.
1:56:08 - 1:57:25 (1 minuto y 7 segundos). Fútbol.
1:57:27 - 1:58:27 (1 minuto). Fútbol.

- 18 de enero de 2023

5 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 2 minutos y 10 segundos.
No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:48:25 - 1:50:25. (2 minutos). Fútbol.
1:50:30 - 1:53:50. (3 minutos y 20 segundos). Fútbol.
1:53:55 - 1:56:05. (3 minutos y 10 segundos). Fútbol.
1:56:08 - 1:57:25. (1 minuto y 17 segundos). Fútbol.
1:57:27 - 1:58:27. (1 minuto). Fútbol.

- 19 de enero de 2023

4 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 40 segundos.
1 notas de deportes alternativos (pase en vivo). Duración de la nota: 4 minuto y 8 segundos.

1:44:17 - 1:46:07. (1 minuto y 50 segundos). Fútbol.
1:46:10 - 1:48:45. (1 minuto y 35 segundos). Fútbol.
1:48:50 - 1:50:10. (80 s). Fútbol.
1:50:12 - 1:51:05 (53 segundos). Fútbol.
1:51:14 - 1:55:22. (4 minutos y 8 segundos). Juegos Nacionales (pase en vivo).

- 20 de enero de 2023

6 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 35 segundos.
1 nota de deportes alternativos. Duración de la nota: 1 minuto y 46 segundos.

1:46:53 - 1:47:55. (1 minuto y 2 segundos). Fútbol.
1:47:57 - 1:50:30. (2 minutos y 32 segundos). Fútbol.
1:50:32 - 1:52:52. (2 minutos y 20 segundos). Fútbol.
1:52:54 - 1:53:40. (46 segundos). Fútbol.
1:53:42 - 1:55:20 (1 minuto y 38 segundos). Fútbol.
1:55:23 - 1:57:09 (1 minuto y 46 segundos). Juegos Nacionales (off).
1:57:20 - 1:58:30 (1 minuto y 10 segundos). Fútbol.

- 23 de enero de 2023

7 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 53 segundos.
No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:46:00 - 1:49:55. (3 minutos y 55 segundos). Fútbol.
1:49:58 - 1:52:45. (2 minutos y 47 segundos). Fútbol.
1:52:47 - 1:53:27. (40 segundos). Fútbol.

1:53:29 - 1:54:50. (1 minuto y 16 segundos). Fútbol.
 1:54:53 - 1:56:20. (1 minuto y 27 segundos). Fútbol.
 1:56:22 - 1:58:52. (2 minutos y 30 segundos). Fútbol.
 1:58:55 - 1:59:40. (45 segundos). Fútbol.

- 24 de enero de 2023

5 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 2 minutos.
 No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:50:46 - 1:54:24. (3 minutos y 40 segundos). Fútbol.
 1:54:27 - 1:56:30. (2 minutos y 3 segundos). Fútbol.
 1:56:33 - 1:57:55. (1 minuto y 22 segundos). Fútbol.
 1:57:57 - 1:59:52. (1 minuto y 55 segundos). Fútbol.
 2:00:07 - 2:01:07. (1 minuto). Fútbol.

- 25 de enero de 2023

4 notas de fútbol Promedio de tiempo por nota: 2 minutos y 51 segundos.
 1 nota de deportes alternativos. Duración de la nota: 48 segundos.

1:44:23 - 1:47:06. (143 s). Fútbol.
 1:47:08 - 1:52:03. (295 s). Fútbol.
 1:52:17 - 1:54:02. (105 s). Fútbol.
 1:54:04 - 1:54:52. (48 segundos). Juegos Nacionales (off con pantalla).
 1:54:54 - 1:56:16. (2 minutos y 22 segundos). Fútbol.

- 26 de enero de 2023

5 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 44 segundos.
 2 notas de deportes alternativos. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 14 segundos.

1:45:20 - 1:48:53. (3 minutos y 33 segundos). Fútbol.
 1:48:55 - 1:51:10. (2 minutos y 15 segundos). Fútbol.
 1:51:12 - 1:51:34. (22 segundos). Fútbol.
 1:51:37 - 1:53:00. (1 minuto y 23 segundos). Fútbol.
 1:53:03 - 1:54:08. (1 minuto y 5 segundos). Fútbol.
 1:54:17 - 1:56:57. (1 minuto y 40 segundos). Boxeo sobre muerte de Álvaro Rojas (entrevista dada cuando estaba en vida).
 1:56:06 - 1:56:54. (48 segundos). Fútbol para amputados.

Para efectos de este análisis, el fútbol para amputados, si bien es una variante del fútbol se considera un deporte alternativo al igual que el fútbol sala y el fútbol playa. Por tal motivo, la última nota se contabiliza como una de deportes alternativos.

- 27 de enero de 2023

8 notas de fútbol. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 20 segundos.
 No hubo notas sobre deportes alternativos en esta edición.

1:44:17 - 1:47:02. (1 minuto y 45 segundos). Fútbol.
 1:47:05 - 1:48:38. (1 minuto y 33 segundos). Fútbol.
 1:49:45 - 1:51:12. (1 minuto y 27 segundos). Fútbol.
 1:51:15 - 1:52:50. (1 minuto y 35 segundos). Fútbol.
 1:52:53 - 1:53:59. (1 minuto y 6 segundos). Fútbol.
 1:54:01 - 1:54:47. (46 segundos). Fútbol.
 1:54:50 - 1:55:10. (20 segundos). Fútbol.
 1:55:12 - 1:56:20. (1 minuto y 8 segundos). Fútbol.

- 30 de enero de 2023

4 notas sobre fútbol. Promedio de tiempo por nota: 2 minutos y 44 segundos.
 2 notas de otros deportes. Promedio de tiempo por nota: 1 minuto y 4 segundos.

1:44:45 - 1:48:10. (2 minutos y 25 segundos). Fútbol
 1:48:12 - 1:50:26. (2 minutos y 14 segundos). Fútbol.
 1:50:28 - 1:53:19. (2 minutos y 51 segundos). Fútbol.
 1:53:21 - 1:54:26. (1 minuto y 5 segundos). Fútbol.
 1:54:29 - 1:55:34. (1 minuto y 5 segundos). Boxeo (off sobre David "Medallita" Jiménez).
 1:55:36 - 1:56:39 (1 minuto y 3 segundos). Fútbol Americano (off sobre espectáculo de drones).

Anexo 3

Cuestionario de la encuesta.

Edad

Sexo*

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo

Provincia de origen o residencia

- San José
- Alajuela
- Cartago
- Heredia
- Guanacaste
- Puntarenas
- Limón

¿Tiene usted algún interés por los Juegos Olímpicos o por algún deporte alternativo (cualquier deporte que *NO* sea fútbol)?

- Sí
- No

¿Con qué frecuencia vio transmisiones en vivo o noticias de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 mientras estos se desarrollaron?

- Todos los días
- 2 o 3 veces por semana
- Una vez por semana
- Ninguna

¿Por cuál(es) medio(s) de comunicación se enteró de lo que acontecía en los Juegos Olímpicos?

- Repretel (medio que contaba con los derechos de transmisión)
- Noticias publicadas en otros medios nacionales (Teletica, LaJornada.cr, La Nación, CRHoy, etc.)
- Medios deportivos internacionales (MARCA Claro, ESPN, etc.)
- Ninguno

¿Cuánto influyó el horario de madrugada que tuvieron algunas competencias de Tokio 2020 en su interés y en la frecuencia en que vio transmisiones o contenido de los Juegos Olímpicos?

- Influyó totalmente
- Influyó mucho
- Influyó algo
- Influyó poco
- No influyó del todo

¿Cómo influyó el horario de madrugada que tuvieron las competencias de Tokio 2020 en la frecuencia en que vio transmisiones o contenido de los Juegos Olímpicos?

- Me permitía ver más
- Me perdía algunas o todas las transmisiones.
- No influyó del todo (marque esta opción solo si en la pregunta anterior seleccionó esta misma opción)

En caso de haber visto competencias de los Juegos Olímpicos, ¿cuántas le despertaron interés?

- Todas o la mayoría
- Solamente aquellas donde competían costarricenses
- Algunas
- Muy pocas, solamente deportes muy específicos (5 o menos)
- Ninguna

Tanto en Juegos Olímpicos como fuera de ellos, ¿cuáles deportes alternativos le llaman la atención y le gustaría ver en medios nacionales más a menudo?

- Atletismo
- Ciclismo
- Tenis
- Baloncesto
- Béisbol

- Voleibol
- Surf
- Deportes de combate (Boxeo, MMA, Lucha Libre, Karate Do, Taekwondo, Judo, etc.)
- Natación
- Patinaje / Skateboarding / BMX Freestyle
- Deportes de Motores (Fórmula 1, Motocross, etc.)
- Gimnasia
- Pádel
- Hockey
- Pruebas de Crossfit o similares
- Rugby
- Fútbol Sala / Fútbol Playa
- Deportes para personas con discapacidad física
- NINGUNO (Solo me interesa el fútbol tradicional o no me interesan los deportes del todo)
- Otros:

¿Con qué frecuencia ve noticias o transmisiones en vivo de los deportes alternativos?

- Muy frecuentemente (todos o casi todos los días en los que hay competencias)
- A veces (de forma regular pero no soy tan aficionado)
- Con poca frecuencia (esporádicamente, solo cuando me encuentro algo sobre dichas disciplinas)
- Nunca

¿Cómo suele darle seguimiento a los deportes alternativos que le generan interés, en caso de que lo genere?

- Televisión
- Radio
- Redes Sociales
- Medios de comunicación digitales
- Medios de comunicación impresos
- Plataformas de *streaming*
- Asisto presencialmente a eventos de alguno de estos deportes en mi lugar de residencia
- Ninguno
- Otros:

¿Por cuáles medios o plataformas sigue normalmente los deportes alternativos que le llaman la atención?

- Medios nacionales no deportivos (Teletica, Repretel, CRHoy, La Nación, etc.)
- Medios deportivos nacionales (LaJornada.cr, TD Más, Tigo Sports, etc.)
- Medios deportivos internacionales (ESPN, Marca, Sky Sports)
- Ninguno

Si un medio como Repretel realizara más noticias y transmisiones en vivo de eventos de deportes alternativos, ¿usted las consumiría?

- Sí
- No, porque no me interesan del todo
- No, ya para eso están los medios exclusivamente deportivos

Con relación a este cuestionario, es importante mencionar que las viñetas circulares representan que el encuestado solamente podía elegir una de todas las opciones disponibles, mientras que las viñetas cuadradas representan que el encuestado tenía la posibilidad de seleccionar varias opciones a la vez. Todas las preguntas eran de respuestas obligatoria.