

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

ESCUELA DE PERIODISMO

**TESINA PARA OPTAR AL GRADO DE
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN EN LAS
TRANSMISIONES EN VIVO Y EN DIRECTO DE
YASHIN QUESADA Y EL CONTENIDO
PERIODÍSTICO**

LUIS CARLOS BRENES GÓMEZ

SAN JOSÉ, NOVIEMBRE DE 2017

Dedicatoria

La presente investigación que prosigue a estas líneas está dedicada a mi familia, en especial a mi madre Jania Gómez, mi padre Carlos Brenes, mi abuelo Álvaro Gómez y mi hermano José Pablo Brenes, por su apoyo incondicional en todo mi camino. ¡Para ustedes!

Agradecimiento

Extiendo un agradecimiento especial a mi familia completa, a quienes debo todos mis éxitos y siempre estaré agradecido por su paciencia e impulso en cada proyecto. A mis amigos quienes siempre me han apoyado. Por último a los profesores y a mi tutor, José Pablo Salazar por su calidad y profesionalismo. Les agradezco su incansable apoyo durante mi carrera.

CONTENIDO

Agradecimiento	4
Declaración jurada.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
Planteamiento del problema	13
Objetivos	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos.....	15
Justificación.....	16
Antecedentes	18
Investigaciones internacionales	20
Investigaciones nacionales	23
Proyecciones	25
CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA	27
Periodismo	27
Digitalización	28
Teoría de la evolución de la comunicación	28
Medios de comunicación digitales	29
Periodismo digital en Costa Rica	29
Periodista digital.....	31
Cobertura periodística	31
Contenido gráfico	32
Deontología periodística	32
Credibilidad periodística	32
Periodismo deportivo	33
Periodismo deportivo digital	33
Teléfonos inteligentes	34
Redes sociales	34
Facebook	35
Transmisiones en vivo.....	36
Facebook Live.....	37
Periscope	37
Teoría de Framing	37

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	39
Enfoque	39
Diseño	40
Población y muestra	40
Unidades de análisis	45
Flujo y tráfico de las transmisiones en vivo	45
Tendencia de continuidad.....	46
Efectos actuales y futuros.....	47
Instrumentos	47
Análisis de Contenido	48
Entrevista.....	48
Grupo focal.....	49
Proceso para la recolección de datos	50
Método de análisis.....	51
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	53
Flujo y tráfico de las transmisiones en vivo	54
Tendencia de continuidad.....	64
Efectos actuales y futuros.....	70
Periodista integral.....	74
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
Conclusiones	84
Recomendaciones.....	86
REFERENCIAS	87
APÉNDICES.....	91
Apéndice A: Entrevista a profundidad	91
Apéndice B: Entrevista semiestructurada.....	92
Apéndice C: Análisis de contenido digital	93
Apéndice D: Grupo focal	95

Tablas

Tabla 1. Entrevistas de profundidad	41
Tabla 2: Entrevista semiestructurada	42
Tabla 3: Transmisiones en vivo	44
Tabla 4: Datos de duración de transmisiones de Yashin Quesada	56
Tabla 5: Tipos de comentario de la transmisión: Entrevista Keylor Navas	57
Tabla 6: Reacciones de la transmisión en vivo: Afuera del Red Bull Arena.	58
Tabla 7: Criterio sobre la existencia de la primicia	67
Tabla 8: Opinión sobre el periodista integral	74

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la variedad de formatos en internet con que cuentan los medios de comunicación para poder dar a conocer su contenido periodístico, considerando que la utilización de las herramientas generadas principalmente por las redes sociales revisten gran importancia para cada periodista y son vitales para la labor de comunicar información a grandes públicos a diario.

Es de aquí, que la presente investigación, toma como ejemplo una de estas herramientas en las cuales la relación medio – público, para su manejo, su impacto y sus retos futuros que da a la comunicación colectiva deportiva en Costa Rica, constituye un adicional positivo para la presente y futuras generaciones de periodistas, dedicados a la comunicación de grandes masas, a través de las redes sociales.

Los medios de comunicación deportivos, en la cobertura futbolística, viven en la actualidad una transformación o mejor dicho, viven en una época dorada para realizar un trabajo periodístico de mucha mejor calidad; la flexibilidad que da el social media y Facebook, por ser la herramienta a tomar en cuenta en el presente trabajo de investigación, es el mayor generador para la nueva tendencia, la digitalización de las transmisiones en vivo. Con la incorporación del Facebook Live en la cobertura periodística del fútbol en Costa Rica, la siguiente investigación analizará, definirá e interpretará, el impacto que las transmisiones en vivo tienen en la actualidad para el emisor y receptor de la información.

Con los objetivos planteados en el trabajo, se pretende, bajo un análisis, definir el impacto que las transmisiones en vivo, tomadas de Yashin Quesada en el tema de la cobertura futbolística del segundo cuatrimestre de 2017, tienen para los propios periodistas y las personas, por el hecho de la conectividad, el alcance y hecho noticioso.

Los objetivos también buscarán mostrar las ventajas que la herramienta del Facebook Live le da a quienes emiten el contenido relacionado al fútbol, y las variables que presenta, guiadas, además, para un buen uso de la misma. Esto será una herramienta para los comunicadores que tienen como fuente el fútbol en Costa Rica.

En la investigación, se pretende responder a las interrogantes que genera esta nueva herramienta para la cobertura del fútbol en Costa Rica, tal y como lo hace Yashin Quesada

como medio digital deportivo. Su impacto, adaptación, ventajas, alcance y retos, son parte de las conclusiones a las que este estudio tiene la intención de conseguir.

Al finalizar este proyecto, se espera crear una propuesta de manejo de la herramienta del Facebook Live para los medios deportivos en el área futbolística, creando una visión a los nuevos retos que esto propone o tiene en un futuro inmediato para medios y seguidores. De la misma forma, se espera tener un instrumento para que las transmisiones en vivo en redes sociales sean utilizadas con un fundamento útil para quien así lo requiera.

Planteamiento del problema

Los medios de comunicación viven en la actualidad un proceso constante y recurrente de adaptación a los diferentes avances que presenta la era digital. Desde historias en redes sociales, sitios web, publicidad digital y las transmisiones en vivo, sea cual sea el lugar, momento o espacio, todas están a la disposición de los periodistas para fin de sus medios de comunicación.

El hecho noticioso ya pasa de tener relevancia con la primicia, debido al auge y fortalecimiento de las redes sociales, a tiempo real, todos los medios de comunicación, periodistas y principalmente los lectores o usuarios, tienen a mano la información, dada de diferentes maneras pero siempre informando lo sucedido.

Es aquí donde parte la presente investigación la cual, asociada de la transformación que las redes sociales le han dado a los medios de comunicación tradicionales o modernos como lo son los digitales, las transmisiones en vivo y en directo de eventos, conferencias, entrevistas, programas y demás; toman trascendencia y vuelven dinámicas las informaciones. A su vez, promueve retos para los periodistas y medios, en pro del buen contenido, de medir el impacto y generarlo en el mismo momento.

Siempre el periodista o medio pasa conectado o en interacción con el público, lector o visor. Para el presente trabajo, el visor, quien es el receptor de las transmisiones en vivo, asimismo quienes generan que, bajo el flujo y tráfico, esta nueva herramienta cree una tendencia de conectividad continua, entre los interlocutores de la comunicación, con el hecho como protagonista. De este mismo se da pie al pronóstico de nuevos retos para los

comunicadores, que así como podrían ser negativos, para el área de trabajo, son positivos por la apertura que las transmisiones permiten por medio de sus variables elementos los cuales aportan a la forma de dar a conocer e informar un hecho noticioso.

Para Campos (2008) las redes sociales dan vida a lo multimedia, de lo cual parten también, las pautas de los medios de comunicación para tomar diferencia de otros medios, como el caso de la utilización del Facebook Live.

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro. Su evolución apunta más hacia el medio audiovisual y virtual que a las características de la prensa escrita. Como nuevo medio, su aplicación y proyección es la Web 2.0 y el llamado software social. Son y serán cada vez más plataformas de nuevos contenidos audiovisuales, interactivos, de videojuegos y de realidad virtual (p.7).

Partiendo de esta definición, se interpreta como un nuevo sistema con recursos varios, en los que los generadores de contenido, llámense periodistas, sea cual sea su posición dentro del medio, tienen a su alcance para dar a sus públicos la información de diferentes maneras, acorde al mercado y a las generaciones que leen cada medio de comunicación.

En la presente investigación, el deporte y fútbol son las fuentes principales de información en las que se hacen hincapié y se trabaja con las transmisiones en vivo y en directo, en diferentes formatos que el medio digital Yashin Quesada produce y enfoca la noticia a la era moderna. Esto con una limitante de información acerca de este tipo de transmisiones, que ciertamente, fueron incorporadas hace poco tiempo y están al alcance de toda persona o medio de comunicación.

El fútbol es el deporte en Costa Rica que más masas mueve, por lo que la cobertura de parte de los medios de comunicación es mayor, y los temas son tratados de diferente manera en las informaciones que se publican. Es ahí donde en la presente investigación se maneja la teoría o hipótesis, en la cual el impacto que generan las transmisiones en vivo con sus tendencias y su capacidad para que los usuarios y también comunicadores siempre se mantengan conectados e informados, en el lugar o momento que deseen; llegaron a cambiar las ya conocidas primicias, entre otros actos de la comunicación tradicional.

Era importante en épocas realizar conferencias de prensa en horarios en los que los medios televisivos y radio tenían la programación de los noticieros en vivo. En la actualidad esto está cambiando, ya que la posibilidad que dan las transmisiones en vivo para poder estar en cualquier lugar, a cualquier hora, cambian lo que tradicionalmente se venía trabajando y modifica la manera de trabajar del periodista, así como de informarse para la ciudadanía.

Ante referencias como las mencionadas anteriormente, es donde nace el planteamiento del problema de la presente investigación: ¿Cómo influye la digitalización en las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo de los medios de comunicación en la cobertura del hecho informativo tanto para el periodista, como para la audiencia y a qué retos se expone el futuro de la comunicación?

Objetivos

En seguida, se detallan las guías de la presente investigación, es decir sus objetivos.

Objetivo general

- Analizar el impacto de la digitalización a través del Facebook Live en las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo de YashinQuesada.com en el contenido periodístico, durante el segundo cuatrimestre de 2017.

Objetivos específicos

1. Definir el flujo y tráfico de información que las transmisiones en vivo y en directo, generan en relación con la cobertura futbolística del medio deportivo digital Yashin Quesada.
2. Describir la tendencia de “continuidad” en las transmisiones en vivo y en directo tanto desde el público como desde los generadores de contenido.
3. Identificar los efectos actuales en los formatos tradicionales y digitales conservadores en aras de prever escenarios futuros.

Justificación

En el mundo de la tecnología y la comunicación, los nuevos métodos para informar han dado una serie de beneficios con el que el periodista y medio de comunicación cuenta para poder realizar su trabajo. Los medios de comunicación están vinculados a las diferentes redes sociales y los canales que estos ofrecen para que esta les sirva de influencia o impulso para difundir, a los diferentes públicos, la información, de una manera más rápida y amplia.

La importancia de estos recursos y su buen uso, son parte del día a día de cada uno de los comunicadores, quienes al buscar diferenciarse el uno del otro, tomando en cuenta además, la alta competencia que entre medios de comunicación existe, es aún mayor a simple vista o recuento. Tomando en cuenta la fuente futbolística en Costa Rica, lo mencionado en temas de competencia, se incrementa.

Al respecto se selecciona uno de los formatos que las nuevas tendencias en el área digital están al servicio de la comunicación y los medios, esto corresponde a las redes sociales, las cuales han llevado a otra dimensión la manera en la que los medios de comunicación, comunican y dan a conocer los temas de interés; en este sentido, es el fútbol como deporte rey uno de los más importantes y que más generan reacciones y contenido a través de estas mismas plataformas.

A partir de esta influencia que generan las redes sociales, es cuando cada una de ellas evoluciona para bien del trabajo periodístico. Es aquí donde en la actualidad, las transmisiones en vivo toman fuerza y su auge se vuelve relevante para quienes conforman los medios de comunicación deportivos en Costa Rica, y por lo cual es el tema principal del presente trabajo de investigación.

Basados y encaminados con los objetivos ya planteados en el presente estudio, las redes sociales de mano con los medios de comunicación y la voz o el impacto que estos generan a las grandes masas, pretende dar un resultado en el que los estudiados en comunicación puedan informarse, y guiarse a las nuevas tendencias. Es de aquí donde también los seguidores saldrán beneficiados, por el papel que juegan dentro de la investigación y en el diario vivir de los medios de comunicación.

En el artículo escrito por los redactores de la plataforma virtual mercadonegro.pe con fecha del 29 de marzo del 2017, se indica que la herramienta del Facebook Live inició en el

2016. Con poco menos de dos años de haberse presentado, el video en vivo por esta red social, ha sido una herramienta tendencia para los medios de comunicación, desde los tradicionales, llámese televisión, radio o prensa escrita. Más usado por parte de los medios digitales, especialistas en el uso de estas nuevas plataformas que pone a disposición en este caso Facebook, para poder hacer la labor periodística de una manera más inmediata y con una interacción al momento y post publicación del hecho noticioso (Mercadonegro, 2017).

La verdadera relevancia que las transmisiones en vivo a través de Facebook en la actualidad, es inicialmente porque al ser los medios de comunicación, la principal fuente de información de la sociedad, los diferentes canales que la internet presenta y pone a disposición, imponen nuevos retos al periodismo y le da un impacto diferente al público con base en las informaciones que se manejen, siempre estando conectados. Parte de la investigación pretende probar que la tendencia de continuidad que esta da, beneficia y colabora al trabajo periodístico en el fútbol, específicamente, en Costa Rica. De aquí nace la oportunidad de todos los medios, a través de estas plataformas.

La noticia se vuelve directa y eficaz. Se acaba la primicia, o al menos, queda de lado la competencia y se accede a las transmisiones en vivo, las cuales generan una interacción variada a beneficio de los medios de comunicación. Además de que las ganancias para los receptores son mayores. Siempre estarán conectados y podrán vivir en el momento eso que está pasando, esa noticia, ese hecho que se vuelve viral y de interés social, principalmente en el tema de fútbol.

Destacando el objetivo de esta investigación, en la cobertura deportiva exclusivamente de fútbol, el Facebook Live o transmisiones en vivo por medio de redes sociales, es una de las tendencias que más se utilizan en Costa Rica. Más allá de la interacción, la forma en la que se puede variar el tipo de información, desde programas de opinión, noticieros, o eventos deportivos como las conferencias de prensa, zonas mixtas y demás formatos en los que un hecho noticioso puede darse, no importa el lugar, la hora o espacio, con acceso a internet; las transmisiones en vivo han llegado a los medios de comunicación de Costa Rica, como es el caso de YashinQuesada.com, para realizar una labor periodística de calidad en el tema futbolístico.

En perspectiva particular, de lo dicho anteriormente, parte la posible erradicación de la primicia, y crea nuevas maneras de enviar los mensajes informativos a los interesados, siendo

dinámicos, diferentes y formando parte de esos grupos con la cercanía que ofrece la conectividad de cada una de las redes sociales y sus herramientas como el Facebook Live, tomado para la presente investigación en el día a día del trabajo del comunicador.

Conforme los avances tecnológicos son mayores, la plataforma como el Facebook Live se actualiza, y este impacto y beneficio para medios de comunicación y lectores, debe ser aprovechado y bien manejado en el ámbito futbolístico de Costa Rica.

Por ello, es importante el aporte que expertos en la comunicación de fuente fútbol en Costa Rica generen. La transformación, o bien, el progreso que la comunicación ha tenido durante el paso de los años, es valioso y aporta a los objetivos de la investigación, que también tiene como elemento relevante el público. Se utilizan los métodos adecuados para la contextualización, interpretación y análisis, del amplio tema de las herramientas digitales a disposición de los comunicadores para la cobertura futbolística costarricense en el presente y futuro.

En resumen, esta investigación, pretende ser un texto en el que la contextualización de las redes sociales, nuevas tecnologías y el Facebook Live, tenga el protagonismo en su manejo, aporte e impacto para el periodista, medio de comunicación y los receptores, quienes al final, son a los que se debe un medio de comunicación y colaboradores. Además, el presente trabajo busca presentar una guía productiva para manejar como un activo de la comunicación diaria, las transmisiones en vivo en pro de la buena exposición de la información y la generación audaz y diferenciada del contenido futbolístico en el país.

Antecedentes

Para este trabajo se ha realizado una investigación en estudios, artículos, tesis y otras investigaciones paralelas y relacionadas con tema que compete. Se ha tomado en cuenta, las coberturas deportivas, las transmisiones, la noticia y con mayor fuerza, las nuevas tecnologías y todos los recursos que estos generan al comunicador. De aquí es donde parte la historia y el proceso que se ha dado hasta la actualidad para llegar a las transmisiones en vivo y en directo por Facebook Live.

Desde el siglo XIX, la tecnología llegó a la sociedad o al mundo a mejorar y facilitar el acceso a la comunicación, a la conectividad, en primer plano en lo que respecta a la comunicación de masas o medios de comunicación. La transformación de los medios tradicionales comenzó a darse en los setentas, cuando el auge de las computadoras dio inicio, tal vez, sin pensarlo tan profundo, a una nueva era en los medios de comunicación y el tipo de contenido y labor que el periodismo iba a tener a partir de esa década.

Para 1995, las redes sociales comenzaron a mover el mundo 2.0 que se inundó conforme avanzaron las tendencias y las propias plataformas, de esta manera los medios de comunicación tomaron parte de estas herramientas para generar periodismo. Poco o mucho tiempo, los medios se han ido transformando con la digitalización que en la actualidad son el día a día de cada una de las coberturas periodísticas, tanto en Costa Rica como internacionalmente.

En el área del deporte, los medios de comunicación digitales tuvieron un aumento considerable conforme los avances de la era digital se iban dando. Esto considerando que en su mayoría, los sitios web deportivos, fijan su mayor cantidad de trabajos en el fútbol, exceptuando a aquellos que se especializan en una sola fuente o deporte diferente al que es el más seguido por los fanáticos al deporte a nivel mundial.

Para el autor, Moragas (2007):

El número de webs dedicadas al deporte sigue aumentando, con una particularidad muy significativa: los clubes, las instituciones deportivas, e incluso los atletas individuales tienen ahora la posibilidad de gestionar sus propios medios de comunicación. En cualquier caso es muy importante señalar que la generalización de Internet permite ahora una gestión global de las sinergias entre comunicación – deporte - negocios y comunidad expresada en el cuadro 2. Los medios convencionales (radio, prensa y televisión) crean también sus propias versiones en línea para optimizar sus recursos informativos y para beneficiarse de las sinergias que permite la conexión en línea en términos de fidelización o de apertura de mercados (p.9).

Esto convoca a una amplia categoría de medios digitales que cubren el fútbol, y no lejos está Costa Rica, uno de los países con más tendencias. Solo basta dar un chequeo en redes sociales y poder enterarse de la alta demanda de medios de comunicación que le dan seguimiento al deporte y principalmente al fútbol.

Partiendo del auge de los medios de comunicación, y posteriormente, de las redes sociales, nace una nueva manera de crear periodismo deportivo, con lo cual tienen los periodistas, directores y colaboradores del medio, más herramientas para poder dar al lector o al usuario, la información de una mejor manera lo cual incluye, por ejemplo, el multimedia. Esto con la tendencia que indicó en su momento que las personas prefieren la información de manera visual, dinámica o interactiva, a solamente lectura, como medios tradicionales a excepción de la televisión y radio, lo proporcionaban.

Las redes sociales como Facebook, al tener un mayor rol en la comunicación y conforme va mejorando de acuerdo con las necesidades que los propios usuarios le dan e indirectamente funciona para los medios de comunicación; colaboran a la labor del periodismo futbolístico, desde que en el 2016 las transmisiones en vivo fueron lanzadas por este medio. Estas herramientas avanzan con rapidez y el beneficio para los medios de comunicación es aún mayor.

¿Qué viene y cómo recibir el impacto que esto genera?; dando una mirada atrás y consultando a expertos para el futuro, la presente investigación busca demostrar lo anteriormente cuestionado. Como lo menciona Franco (2009), el “internet ha irrumpido como una gran fuerza transformadora, creando un nuevo ambiente, que marca la transición de la sociedad industrial a la sociedad digital o del conocimiento” (p. 5).

Investigaciones internacionales

La tesis *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*, realizada por el Dr. Francisco Campos Freire en 2008, deja ver en sus conclusiones, que el contenido periodístico en la actualidad, tiene que amoldarse a las necesidades que cubren las redes sociales, las cuales, para facilidad de los seguidores es mejor, más factible y tienen siempre la continuidad para poder estar al tanto de lo que pasa, según sus intereses.

Las redes sociales, como plataformas de distribución de contenidos que son, generan su actividad y buena parte de su flujo de contenidos en base a la economía de la colaboración y contraprestación gratuita de los usuarios, sin apenas filtrado ni selección. Los medios tradicionales, por su parte, seleccionan, evalúan y construyen la pauta informativa en base a los criterios jerarquizados de la organización informativa profesional (Campos, 2008, p6).

Según Campos (2008), en su investigación, se da paso a un tema en el que los comunicadores son los protagonistas. La fuente es lo que alimenta una noticia, un hecho o información, y en la actualidad, con la incursión de las diferentes plataformas digitales, las redes sociales toman parte de estas fuentes.

Asimismo, en la tesis: *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*, realizada por Beatriz Cerviño Queiroz (2013), se indica que indirectamente, las redes sociales son fuentes de información para los periodistas. La colaboración o facilidad que estas plataformas generan para los medios de comunicación en su trabajo diario, hacen que sea una de las principales herramientas en la actualidad. De aquí, además, se pueden mencionar las transmisiones en vivo por redes sociales, las cuales no son incluidas en la presente investigación.

Cuando nos referimos a fuentes de información para el periodista, no podemos limitarnos a las fuentes directas (fuentes entrevistadas cuya declaración está presente en la noticia). Las fuentes indirectas de información también son una de las funciones de las redes sociales. Las redes abren al periodista la posibilidad de descubrir primicias, encontrar personas y testigos que estén cerca de un ocurrido, predecir tendencias, buscar contactos que se desea entrevistar, encontrar informaciones de fondo sobre alguien, investigar perfiles de víctimas, encontrar inspiración para reportajes y tener una visión general de eventos actuales y del humor de la opinión pública (p.50).

La tesis, *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*, realizada por José Luis Rojas Torrijos de la Universidad de Sevilla, España, en 2014, analiza más allá de lo que son las plataformas, las herramientas que el 2.0 y el social media le da a los

periodistas y medios de comunicación para su función diaria de trabajo. Éste analiza todo el impacto que las plataformas en tendencia le dan al periodismo deportivo, así como la utilización que medios de España como Marca o As, le dan un manejo al contenido informativo variado (p.5).

La evolución de las herramientas del social media dan a los encargados de la cobertura futbolística, un plus extra para que cada que se realice una transmisión en vivo; en el caso del presente trabajo, esta es una alternativa diferente, dinámica y que los involucre y los haga ser parte del momento, del hecho noticioso.

Dentro de esta investigación de Rojas (2014), es importante destacar y detallar lo que indica sobre lo que los cambios o evoluciones del mercado y el área del periodismo deportivo, que solo con fútbol es amplia, nace el emprendimiento, lo cual es algo positivo, ya que genera una competencia mejor por la especialización que cada medio toma, y que la cantidad de producto diferenciado sea mayor, se rescata que en Costa Rica, casi no se ve el caso del contenido, mas sí, el del periodismo deportivo emprendedor (p.5).

La tesis titulada, *Utilización de las redes sociales Facebook y Twitter en las rutinas de producción periodística de la prensa gráfica, Gentevé Noticias, Noticiero Radio Nacional, El Espectador entre marzo y mayo de 2016*, realizada por María Claudia Campos Reyes y Roberto Armando Quijano Araya, en 2016 en El Salvador, tiene como objetivo general “Cestablecer de qué forma La Prensa Gráfica, Gentevé Noticias, El Espectador SV y Noticiero Radio Nacional, utilizan las redes sociales Facebook y Twitter como parte de sus rutinas de producción periodística. (Campos y Quijano, 2016, p.17).

En el análisis de resultados que este trabajo de investigación dio, y que es uno de los más cercanos en comparación al presente, deja ver cómo la adaptación a las nuevas tendencias o herramientas que Facebook o Twitter, es compleja y no todos los medios de comunicación utilizados para la tesis estaban con una inducción o entendimiento claro del uso y logística que las redes sociales tienen o deberían tener para el manejo del contenido informativo que se le da al receptor, se hace mención a los Community Manager, que si bien es cierto en la actualidad del periodismo deportivo y para la temática de las transmisiones en vivo, el periodista es el encargado de realizar dicho trabajo (pp. 64-65).

Durante el proceso de transformación que los medios de comunicación han experimentado, se ha generado que los modelos en los cuales las personas reciben la información, así como también, los comunicadores dan el contenido informativo. Es por eso que la preparación en el área digital y cada una de las herramientas, que conforme el tiempo se van dando, toman relevancia en la comunicación y sus miembros que la conforman.

Investigaciones nacionales

Leticia Vindas Quirós realizó la tesis *Revistas de Costa Rica de cara a la digitalización: El caso de "Perfil y EKA Empresarial"*, para optar por el lado de Licenciatura en la Universidad de Costa Rica, en el 2010. La tesis mencionada tiene como su segundo objetivo específico: "Diagnosticar los conocimientos de los periodistas que tienen injerencia en los sitios de las revistas en estudio para valorar su preparación en materia digital" (Vindas, 2010, p.2).

En dicha tesis, el manejo del contenido, la forma en el que éste se hacía, y los objetivos de las dos revistas se planteaban y trabajaban para lograrlo, se dejó ver en los resultados, en los que por ejemplo, una sala de redacción convergente con niveles varios, ayudaban al contenido y las responsabilidades que los colaboradores tenían para desarrollar con la utilización de las herramientas multimedia lo cual, en su momento, comenzaron a tomar el control, para generar un contenido apropiado para el sitio web, como para la revista en físico.

Con lo leído y analizado en la tesis de Vindas (2010), y sus recomendaciones se puede relacionar con el presente trabajo de investigación, por el análisis, interpretación y definición, de cuál es el impacto, cómo se maneja y cuáles son esos retos, que la digitalización en transmisiones en vivo y en directo existentes en el momento, darán a los medios deportivos de Costa Rica para la cobertura del fútbol con esta herramienta (p. 9).

Asimismo, se efectuó una investigación, *Hacia una nueva epistemología del periodismo político: periodismo político en las redes sociales*, realizada por Johan Espinoza Rojas en la Universidad Nacional de Costa Rica, en el 2013. Esta investigación de Espinoza pretende analizar los cambios epistemológicos que el periodismo político ha empezado a

sufrir, precisamente desde la popularización de las redes sociales y el uso que los movimientos sociales le han dado a dichas plataformas digitales.

Este trabajo pone en la mesa de trabajo de análisis, la inclusión de los grupos que antes no tenían el acceso a la información como ahora, mal llamados marginados. Esto por la cantidad y facilidad que tienen los medios de comunicación a través de las redes sociales para poder emitir un mensaje a una mayor cantidad de personas, creando masas más amplias y un alcance propagado solamente por internet y cada uno de los dispositivos móviles o de escritorio que solo tengan acceso a la herramienta digital (Espinoza, 2013, p.709-710).

Con ello, da en el punto del presente trabajo de investigación, gestionando el tema del alcance del contenido a través de una transmisión en vivo, la conectividad que esta genera, así como el alcance voluminoso que llega a tener en exposición la información, en el formato planteado conforme avanzan las tendencias y la flexibilidad de la herramienta, en esta ocasión Facebook con el Facebook Live, lo permita.

También se cuenta con la tesis, *Propuesta de revista digital multimedia para la difusión de deportes alternativos* de la Universidad de Costa Rica. La autora Nathalia Rojas Zúñiga la realizó para optar al grado de Licenciatura en Ciencias de Comunicación Colectiva con Énfasis en Periodismo en 2013.

Rojas, (2013) expone su cuarto objetivo específico: “Desarrollar las diferentes secciones de la revista y sus características, además de los géneros y formatos multimedia mediante los cuales se presentarán los contenidos de la revista y mostrar la estructura de esta plataforma” (p.18).

El reto para los nuevos periodistas y los medios de comunicación es hacer con las herramientas que las redes sociales y la digitalización da, un contenido diferente y apto para todo tipo de público. La influencia generada por las redes sociales para los medios de comunicación son el mayor impulso para que las informaciones sean dadas a conocer.

En su investigación, Rojas (2013) destaca en sus conclusiones, el énfasis que la fotografía y el video toman en el tema de estos nuevos formatos, lo cual da pie o apoya el presente trabajo de investigación, que aplica el video en transmisión en vivo y en directo a través del Facebook Live, con el aprovechamiento que este tiene en alcance tanto en el momento como posterior, pues este queda guardado en la red social, la cual lo hace accesible

para toda persona y puede ser insertado en portales de internet y tener aún mayor impacto y generar más alcance beneficioso para la noticia y el medio de comunicación que lo aplica (p.125).

Al ser el fútbol el deporte rey, las pasiones que despierta hacen que una transmisión en vivo sobre fútbol, tenga un mayor impacto, y por ende forma parte de las nuevas tendencias de los medios de comunicación para sus trabajos periodísticos, como lo es el caso del medio tomado en cuenta, Yashin Quesada.

Proyecciones

Para la presente investigación, se debe considerar además de las proyecciones a las que se apunta, las limitaciones que eventualmente pueden aparecer, y lleguen a modificar o demorar el transcurso ya planeado del trabajo.

Como ya se mencionó en las secciones previas del trabajo y los objetivos de la investigación, entre las proyecciones está definir el impacto que generan las transmisiones en vivo por Facebook Live para los medios de comunicación y periodistas, partiendo del flujo y tráfico. Dicho de este modo, se busca poner en contexto el impacto que ha tenido la digitalización de las transmisiones en vivo y en directo en los medios de comunicación deportivos en Costa Rica, a través del Facebook Live tomando como fuente de medición, contenido e investigación a Yashin Quesada en el segundo cuatrimestre del 2017. Pretende proyectar y analizar los beneficios a la cobertura periodística de fútbol, tanto del medio como del periodista y los retos que esta herramienta puede poner en un futuro inmediato.

Principalmente, se pretende exponer por medio de este trabajo de investigación, los beneficios y el impacto que generan las transmisiones en vivo y en directo en la actualidad, mejorando la manera de trabajar de los colaboradores de un medio de comunicación, en este caso, deportivo, así como las desventajas que esta herramienta trae consigo al estar al acceso de todas las personas en lugar, tiempo y espacio.

Además, contextualizar y describir la tendencia de “continuidad” para el trabajo periodístico, como para los receptores, en un análisis respaldado por los instrumentos a utilizar, es una de las proyecciones más sustanciosas del trabajo. De la misma manera, poder

llegar a citar los retos las transmisiones en vivo a través del Facebook Live y la era digital con este tipo de plataformas, tiene para la cobertura futbolística en el país, tanto para el periodista como para el medio de comunicación.

Para ello, se espera obtener información valiosa con base a los instrumentos que se utilizarán, en los que el análisis de contenido y las entrevistas de profundidad son los principales para contextualizar y detallar cada uno de los objetivos ya previamente planteados. El *Focus Group* por su parte, permitirá contrastar la información con las observaciones obtenidas a través de los receptores, vitales al ser el público.

Sin embargo, también se pueden presentar limitaciones que demoren, modifiquen o perjudiquen el desarrollo de la investigación. Por ejemplo, posibles retrasos en la recolección de información por cambios en los acuerdos de reunión por la complejidad de los horario del entrevistado como del entrevistador.

Otra de las limitaciones que se puede presentar para el buen desarrollo del estudio, es la modificación que podría darse con los *focus group*, por la disponibilidad horario de quienes formen parte de este instrumento.

CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA

En el presente capítulo se desarrolla el marco de referencia. En la investigación cualitativa, se requiere un marco de referencia, en el que los conceptos colaboren a sustentar la investigación, y ayuden a la verificación de los resultados que se logren obtener. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “una vez planteado el problema de estudio (es decir, cuando ya se tienen los objetivos y preguntas de investigación) y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio (p.93).

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), citando a Yedigis y Weinbach (2005) este es un:

Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto (marco teórico) que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación (p. 93).

Para la presente investigación, es importante iniciar definiendo el concepto de periodismo y periodismo digital, por ser este último el tema principal a tocar durante la investigación, ya que por medio de esta se derivan las tecnologías estudiadas durante el trabajo. El orden de los conceptos que conforman este apartado, muestra el camino progresivo que ha tenido la comunicación, conforme pasan los años hasta la era digital en la actualidad.

Periodismo

El periodismo puede entenderse de muchas maneras, teniendo presente que en su mayoría al decir la palabra lo primero que a la mente de las personas llega es un medio de comunicación, un canal o bien la radio. Hasta en la actualidad que los medios digitales han llegado a adueñarse de la comunicación colectiva de masas, como lo es en resumen el periodismo. Es transmitir los hechos noticiosos y de interés nacional o bien, a un sector de la sociedad, a través de plataformas diversas en formatos que se adapten. Periodismo es comunicar a grandes masas.

Según la Real Academia Española, periodismo se define como, “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades” (RAE, 2014).

El periodismo en la actualidad está incluido en la era digital, es decir, cada medio de comunicación tiene redes sociales y sitio web. El primero de los mencionados, forma parte del nuevo mundo de la comunicación, el cual ha hecho que el periodismo digital exija a las universidades a guiar a los estudiantes para que estos lleguen a ser periodistas digitales y puedan desenvolverse en lo que el mercado actual les pide y necesita.

Digitalización

El autor Gómez (2007), explica este fenómeno digital como:

un proceso tecnológico donde datos, gráficos, sonidos e imágenes se transforman en bits, codificando y comprimiendo las señales originales. Esto permite la convergencia de contenidos y plataformas, ya que ahora podrán ser retransmitidas a través de soportes comunes, convergiendo a través de múltiples tipos de redes, sean ondas hertzianas, cables ópticos o emisiones satelitales (p. 5).

Es de esta digitalización de los directos, que nacen las herramientas de transmisiones en vivo a través de redes sociales. Para el 2017, YouTube, Facebook, Twitter e Instagram, permiten realizar este tipo de contenidos.

Teoría de la evolución de la comunicación

El autor Rodríguez (2014) maneja la teoría de que:

La popularización de Internet supuso una modificación apreciable en esos modelos de comunicación. Como observador participante en ese momento, el autor puede asegurar que la sola posibilidad de intercambiar información en tiempo real y a un coste paulatinamente más económico garantizó la universalización del acceso a esa información y la hizo asequible a cada día más estratos sociales (p. 3).

Es claro que con la llegada del internet y sus diferentes plataformas, los medios de comunicación, específicamente por el presente estudio, han tomado un nuevo auge en el

manejo de la información y la forma expresa en la que emiten cada una de ellas. La evolución es apenas el inicio de lo que la tecnología y el internet va ir aportando conforme pasen los años.

Medios de comunicación digitales

Según Bertolotti, (2009) los medios de comunicación digitales se pueden definir en parte con “la lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a miles de personas que muy eventualmente generarán un feedback" (p.1).

Además, Fidler (1998) citado por Jódar (2010) añade que:

...la vertiginosa era de la información ha traído consigo transformaciones en las formas de hacer comunicación y una de las principales es la migración a plataformas digitales. “Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose (p. 4).

Pasando la página de las teorías generales del periodismo que están basadas por los medios convencionales y han dominado por años la forma de comunicación de la comunicación, hay que tomar en cuenta y repasar a los encargados de que estas plataformas y medios de comunicación funcionen. Empezando por la web y luego por las redes sociales, claves para este trabajo de investigación y la labor periodística de cada medio digital en el día a día.

Periodismo digital en Costa Rica

El periodismo digital evolucionó la comunicación en la totalidad de países. El alcance e impacto que genera la digitalización en general es aquella que ahora también guía y prevalece en Costa Rica, gestando una alta competencia y variedad de periodismo digital.

El autor Salaverría (2016) explica que:

Fue efectivamente en 1995 cuando la mayor parte de los veintidós países de la región —todos los de lengua española o portuguesa a ambos lados del océano Atlántico— vieron cómo nacían sus primeros medios en Internet. En concreto, en once de esos veintidós países —Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay— el primer medio digital se lanzó en alguna fecha comprendida entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 1995 (p.16).

Además, Salaverría (2016) cuenta sobre los medios de comunicación pioneros en el área digital en el país. El medio más reconocido de Costa Rica - situación que ha cambiado y equilibrado - fue el cabecilla de esta nueva tendencia impulsada por el internet y las nuevas tecnologías.

La Nación Digital lanzó su primera edición el 7 de abril de 1995, pero se mantuvo como un experimento hasta el 23 de mayo, cuando en una ceremonia formal fue presentada al público, y se convirtió en el primer periódico nacional y centroamericano en contar con una versión en línea.

En el año 2000 se produjeron cambios importantes en este medio digital pionero en Costa Rica. Entre esos cambios, destacó el del nombre: La Nación Digital pasó a denominarse Nación.com. Este cambio venía a completar la transición entre la versión electrónica y la impresa de La Nación (Bravo, 2013). A partir de ese año también se trabajó en generar más productos multimedia, incluir más galerías fotográficas y hacer sesiones de chat abiertas al público con invitados especiales (pp.137, 138).

La importancia del periodismo digital en Costa Rica es notable con sólo poder ver que La Nación fue pionero en el país, tomando en cuenta que es uno de los medios de comunicación más reconocidos y por lo que referencian la comunicación de Costa Rica. Para cada sector, grupo o interés, existe un medio de comunicación digital. Claro es el ejemplo de los portales deportivos.

Periodista digital

Para Salavarría (2016) el trabajo del periodista digital:

Consiste en nutrir sin cesar su web con contenidos elaborados a partir de informaciones de su medio matriz, noticias de agencia o refritos de las redes sociales. (p.34). Con esta definición, se puede contextualizar la variación que la cobertura o manera de generar contenido informativo con las nuevas herramientas digitales ha dado a la comunicación.

Este autor toca un tema importante como lo son las redes sociales, de las cuales nace la mayoría de noticias en la actualidad, o bien, es el mejor medio por excelencia en el que las noticias se difunden, y traer consigo muchos beneficios para el lector como para los periodistas en el tema del tratamiento y emisión de la información. El seguimiento con la fuente es uno de los principales retos del periodista digital y el cual varios métodos o tendencias que las tecnológicas y redes sociales permiten a las periodistas, tener un mayor alcance o amenidad con las fuentes.

La digitalización de los medios de comunicación en Costa Rica y el mundo llegaron de impacto y se fueron apoderando hasta la actualidad de los métodos en los que los usuarios prefieren leer, observar o escuchar las noticias del momento. En Costa Rica es reciente, a pesar de que la gran cantidad de medios digitales que existen actualmente en el país demuestren lo contrario.

Cobertura periodística

Según Martínez (1992), la cobertura periodística es definida como la “vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada” (p. 86).

En la cobertura periodística que todo medio de comunicación realiza con la labor del periodista o reportero, se da por fuentes. Por ejemplo, tomando el tema del presente trabajo de investigación, la fuente principal es el deporte, seguido del fútbol y de ahí en adelante se derivan otras fuentes o sub fuentes, que cada periodista tiene encargado cuidar y contemplar en sus temas noticiones.

La cobertura periodística es en palabras propias, conocer, vigilar y recopilar información que sea válida como noticia y pueda exponerse en el medio de comunicación por su interés.

Contenido gráfico

En general, la comunicación siempre tendrá la ventaja de poder contar con multimedia. Llámese imagen, video y demás, los gráficos para los medios de comunicación convencionales y los digitales, por obviedad, cuentan con la presencia de esos elementos que complementan y toman protagonismo en las informaciones.

Los más utilizados en los entornos de aprendizaje basados en las TIC son el texto, las ilustraciones, las animaciones, el audio, el video y el hipermedia (Cervera, Chan, Ibáñez y Guardia, 2013, p. 7).

Por medio de las redes sociales, el contenido gráfico toma la partida como el principal recurso. Los medios se adoptan a esto para complementar sus coberturas, con las exigencias que el mercado exige, como en este caso con los elementos multimedia.

Deontología periodística

La cobertura periodística es uno de los principales elementos que tienen relación con los objetivos a seguir. Por esto es que la deontología o ética periodística es importante, con la delimitación realizada para el estudio. A pesar de tener también el nombre de ética, la deontología profesional no debe confundirse con el derecho. Aznar (1997) lo explica:

En el caso de los códigos deontológicos más bien se trataría de que los propios profesionales reconocieran como inadecuada, incorrecta e inmoral una determinada conducta y que la evitaran en lo posible por su propio sentido de responsabilidad y vocación profesional (p. 136).

Credibilidad periodística

Continuando con lo mencionado anteriormente, la profesión del periodista se basa en los valores con los que cada carrera cuenta. La credibilidad de un periodista ante el público que lo sigue es uno de los principales elementos que se deben tener para el ejercicio periodístico. Actualmente con la digitalización de la comunicación y las redes sociales, principalmente, la credibilidad toma fuerza.

Al respecto, *Knigh Center for Journalism in the Americas* (s.f.) indica:

En un mundo con múltiples fuentes de información, muchas indistinguibles unas de otras, la credibilidad es el activo más precioso. La credibilidad es ganada a través del tiempo y entregada continuamente sobre las promesas de exactitud, transparencia e imparcialidad. Consideramos que escuchar y participar son herramientas esenciales para alcanzar la credibilidad (p.20).

Periodismo deportivo

Según Molina (2009), el periodismo deportivo se define como, “el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante” (p.6).

Tal y como para el autor mencionado, existen otros profesionales que han llevado a cabo trabajos de investigación, estudios o artículos, en los que coinciden en que el crecimiento del periodismo deportivo se da. Esto por las pasiones que genera cada una de las disciplinas, principalmente el fútbol.

Así es el caso de Rojas (2014), quien indica que:

El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta a lanzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos. El crecimiento de esta tipología informativa no solo ha sido numérico; lo ha hecho marcando tendencias, creando un estilo propio, fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas, y aportando un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible para todas las mentalidades (p.2).

Periodismo deportivo digital

Según Rojas (2014), el periodismo deportivo digital podría conceptuarse desde, la aparición de Internet ha transformado la manera de producir noticias y está produciendo un cambio de sintonía de las redacciones periodísticas. En medio del nuevo escenario digital, el

periodismo ha encontrado en el entorno 2.0., en los blogs y, muy especialmente, en los social media uno de sus principales y más eficaces vectores de difusión de contenidos, hasta el punto de convertirse en el canal más rápido y eficaz para anunciar todo tipo de noticias superando en velocidad a los medios de agencia (p.2).

Es a partir de que toda esta área digital y moderna, abre paso al nuevo periodismo, como es llamado, o bien, a la tendencia de los sitios web, redes sociales y demás herramientas que derivan de estas mismas.

Teléfonos inteligentes

Con las herramientas que las redes sociales y la tecnología en general ofrecen a la comunicación y al periodista, el principal machote de trabajo es el teléfono móvil, específicamente el teléfono inteligente. Crucianelli (2013), los describe como:

La telefonía celular se ha convertido en la mejor aliada del periodista. Cualquier reportero puede tomar fotografías, filmar videos, grabar audios, escribir textos y enviar contenidos o compartirlos a través de las redes sociales vía teléfono celular. Los teléfonos inteligentes, o smartphones, así como las tablets, han contribuido a un estado de 'hiperconexión' en el que durante las 24 horas estamos conectados con todo y con todos. Dependiendo del servicio que se disponga y del aparato que se tenga, una variada gama de aplicaciones gratuitas puede ser descargada para navegar por la Web libremente, consultar las redes sociales, seguir a nuestros usuarios en Twitter y enviar y recibir información y servicios de todo tipo. (p.51).

Redes sociales

Según Lozares, (1996), "Las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales" (p.6).

Sin embargo, las teorías de las redes sociales, plataformas que en la actualidad dominan en los medios de comunicación, sea cual sea su formato definido, son variadas y adecuado al análisis que el investigador realice.

En cuanto a su definición, el autor Leonidas (2011) señala que:

En términos analíticos, una red social es una estructura social compuesta por un conjunto finito de actores y configurada en torno a una serie de relaciones entre ellos, que se puede representar en forma de uno o varios grafos. Los grafos se componen de nodos que representan actores, y aristas que representan las relaciones entre ellos. Un tercer elemento de las redes es el límite (boundarie) de la red (ver gráfico N°1). El límite es el criterio mediante el cual se determina la pertenencia -o membrecía- de un actor a la red; en otras palabras, el criterio por el cual definimos un conjunto particular de actores (y no otros) que configuran nuestra red. En términos teóricos, las redes configuran contextos de comunicación e intercambio entre actores, configuran pautas operativas, normas y valores que condicionan la conducta de los actores en ellas, y posiciones funcionalmente diferenciables que son clave para entender el comportamiento de los actores dentro de cada red y el desempeño de la red en su conjunto. (p.15).

Bajo este análisis, Leonidas (2011) divide las redes sociales con los elementos: I) los actores, II) las relaciones, entre ellos y III) los límites de la red. (p.19).

Al decir que las redes sociales son las que movilizan y comandan la comunicación y conectividad entre personas y medios de comunicación, es respaldado por estudios que en diversas partes del mundo hacen cada cierto periodo. IAB Reseach Spain realizó el V Estudio anual de Redes Sociales (abril 2014), en el que aseguró que Facebook es la red social más conocida y utilizada en el mundo, número que no cambian en la actualidad.

Facebook

El redactor Gresham(2017) de la plataforma virtual Techlandia, recalca que Facebook se define como, "dar a las personas el poder de compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado". (párr.1). Basado en declaraciones emitidas por parte del fundador Mark Zuckerberg a medios de comunicación. El concepto está publicado actualmente en una noticia del portal howenespanol.

Como parte de todo esto, el departamento de redacción del sitio virtual Reason Why en su versión en español, publicó en un artículo con fecha del 26 de junio de 2017, que:

Facebook se posiciona como la primera fuente de noticias, superando a los medios tradicionales y muy por encima de otras redes sociales o plataformas digitales como Google o Twitter., explica el artículo que se realizó basado en un estudio de Ogilvy Media Influence. (párr. 1).

Con la incursión de las redes sociales en la comunicación, la digitalización de las transmisiones en vivo y en directo que con normalidad solo eran relacionadas a televisión y radio, revolucionaron los medios de comunicación, desde el más convencional hasta los de la nueva era digital.

Según el criterio de Mariam (2016), “El alcance orgánico es el número total de usuarios únicos que han visto tu publicación por métodos de distribución gratuitos. Por el contrario, el alcance pagado es el número total de usuarios únicos que han visto tu publicación a consecuencia de un anuncio mediante el uso de Facebook Ads” (párr. 4-5).

Como también lo define Mioli y Nafria (2017), La plataforma de streaming en vivo de Facebook surgió en 2015, pero fue abierta a los usuarios en general en enero de 2016.

Los medios de comunicación no tardaron en subirse al tren de Facebook Live. Periodismo innovador en América Latina Periódicos y portales nativos digitales de habla hispana vieron en Facebook Live la oportunidad de sumar a sus coberturas un formato audiovisual con mayor alcance e interacción que el que obtienen con los videos multimedia para web o redes sociales (p.21).

Transmisiones en vivo

En contexto particular, basado en sitios web revisados durante el trabajo, las transmisiones en vivo ocurren cuando se emite algún hecho en el momento, en el instante en que ocurre, mientras que en directo es cuando existe alguna grabación previa.

El autor Mingorance (2015) respalda el contexto en su tesis Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en ‘Andalucía directo’ de Canal Sur TV. Este define las transmisiones en vivo citando que, “las cadenas de Televisión utilizan la conexión en directo para mostrar credibilidad y que tienen a un redactor desplazado al lugar de los hechos. La principal ventaja del directo es la inmediatez” (p.46).

Facebook Live

Según el sitio web de información de Facebook, el Facebook Live, “es la mejor manera de interactuar con los espectadores en tiempo real. Escuchar y ver sus reacciones en vivo para evaluar cómo va su difusión” (párr. 1).

Además añade: “que el “en vivo le permite conectar con las personas que más se preocupan. Sus seguidores pueden recibir notificaciones cuando se va en vivo para que sepan a sintonizar sus transmisiones en el momento justo” (párr. 2).

En Facebook, como todo en el mundo digital se mide por sus estadísticas. Para esta red social lo más importante además del engagement o compromiso del usuario con la plataforma o red social, es el alcance. Esto en cada publicación, texto, imagen o vídeo, es lo más valioso para el mercadeo y la exposición de cada medio de comunicación. El alcance se divide en dos: alcance orgánico y pagado, esto regido por Facebook.

Periscope

En departamento de redacción de El Mundo en Español, en un artículo sobre el Periscope, publicado con fecha el 10 de marzo de 2016, define que el “Periscope es básicamente una aplicación móvil de Twitter para emitir vídeos en directo. O lo que es lo mismo, hacer *streaming* de tu propia vida donde y cuando quieras. Grabas vídeos en directo y los compartes en Twitter” (párr. 3).

Teoría de Framing

La opinión pública tiene un impulsador que siempre ha tenido como objetivo esa función. Los medios de comunicación cumplen el papel de actores que generan información para las grandes masas y que le dan a una sociedad los temas de interés por medio del lenguaje que lleva una noticia.

El Framing es una teoría que describe y pretende explicar la manera de transmitir información de los medios de masa, basándose en su proceso de comunicación. Amadeo (2002) lo define por niveles, tomando para el presente trabajo se utiliza el segundo y tercer nivel de la teoría. Sobre el segundo de ellos, el autor interpreta:

Las características del texto, la información que presenta, las palabras elegidas para transmitir una idea, la disposición gráfica de la información es, entre otros, algunos de los recursos que los periodistas pretender acercar un acontecimiento a la opinión pública (p. 13).

Esto guía la manera en la que la comunicación debe darse actualmente con la incursión de las transmisiones en vivo por redes sociales, la cual debe contener diferentes elementos que alimenten el contenido. La calidad siempre es un valor en la que el comunicador debe fijarse, para poder informar de la mejor manera posible.

Seguido, la teoría de Framing presenta el tercer nivel, en el que la recepción y los efectos son los protagonistas. De esta manera se evalúa cómo el seguidor al medio de comunicación recibe la información o los mensajes enviados. Así lo señala Tversky y Kahneman (1990) citado por Amado (2002), asegurando que dependerá “tanto de cómo lo presentan los medios de comunicación como de las normas hábitos y expectativas de quienes al recibirlo se forman alguna opinión o toman algún tipo de decisión” (p. 14).

En resumen, la teoría de Framing expone la responsabilidad de los medios de comunicación y del periodista que realiza la noticia, para también generar una buena recepción e impacto para el público. De la misma forma, se adjudica al comunicador a realizar un trabajo de calidad, visionando en el presente que tiene la comunicación con las redes sociales para la difusión de la información.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo se define el enfoque de la investigación junto con su respectivo diseño, el cual da respuesta a la pregunta de estudio. El presente trabajo de cuenta con un enfoque cualitativo y su diseño es la teoría fundamentada. A continuación, se detalla cada apartado.

Enfoque

La presente investigación analiza el impacto de la digitalización en las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo en la cobertura periodística que realiza el medio de comunicación digital Yashin Quesada y otros que eventualmente se tomen como ejemplos para el estudio. La investigación pretende definir, analizar e interpretar el impacto y alcance de las transmisiones, así como las repercusiones positivas o negativas en los usuarios y medios de comunicación digitales y sus posibles repercusiones en la sociedad. La naturaleza de sus objetivos obliga a investigar la realidad en su contexto innato y con datos varios de las transmisiones en vivo seleccionadas.

Hernández et al. (2014) lo explica de la siguiente forma:

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas (p.40).

Se utilizan diferentes métodos para la recolección de información. Sin embargo, al ser cualitativa hay un estrecho margen entre los datos y lo que las personas expresan. Su característica inductiva permite desarrollar y comprender las incógnitas planteadas para la presente investigación.

Diseño

El enfoque cualitativo requiere de un diseño de investigación, el cual Hernández et al. (2014) explica que “se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver al planteamiento del problema” (p.161). Para el presente estudio se aplicará el diseño de la Teoría Fundamentada.

Hernández et al. (2014) explica que el diseño de la Teoría Fundamentada tiene como “su propósito es desarrollar teoría basada en datos empíricos y se aplica a áreas específicas”. (p.505). Es decir, con el concepto anteriormente definido, que en la presente investigación se buscará hacer una explicación y contextualización general de un fenómeno que hasta el momento no ha sido tratado con profundidad en el área de la comunicación deportiva.

Población y muestra

En el presente trabajo, la población y la muestra forman parte importante en los elementos que harán llegar a cumplir los objetivos planteados. En este apartado, se describe y explica ambos conceptos en base al estudio.

Según Hernández, et al. (2014) la población es el: “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.207). El presente trabajo busca analizar el impacto de las transmisiones en vivo a través del Facebook Live, por lo que se estudiará el desarrollo de las transmisiones, el uso de las redes sociales en los medios de comunicación. Es por esto y por los objetivos específicos definidos, que para el trabajo de investigación la población se dividirá en dos. El primer grupo es el de los profesionales en comunicación, mientras que el segundo se definió con los receptores o espectadores a medios de comunicación.

Para el primer conjunto mencionado, se delimitó el grupo de comunicadores a los periodistas con afinidad en la cobertura deportiva. De aquí se dividieron en senior y junior, los primeros son los que cuentan con más de 5 años de experiencia y pasaron por los formatos del periodismo: televisión, radio y digital. Por su parte los junior son periodistas deportivos que laboran en el área deportiva y cuentan con más de dos años de experiencia en el periodismo digital y que, además, han tenido experiencia en transmisiones en vivo digitales en coberturas futbolísticas.

Por otra parte, de la misma forma que los comunicadores, los receptores son fundamentales para el presente trabajo. Es por eso que el segundo grupo de la población es abarcado por los espectadores de los medios de comunicación digitales, con afinidad al fútbol en Costa Rica. Todo esto es especificado y definido en conjunto con la muestra.

Según define Hernández (2014), el enfoque definido para la investigación, la muestra en el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia. (p.417).

En primer lugar, se trabaja con personas profesionales en periodismo, expertos, directores de medios de comunicación, que por añadidura, cuentan con más de 5 años de experiencia en la cobertura deportiva en Costa Rica y relacionada al fútbol. Además, para esta primera selección de la muestra, los elegidos cuentan con experiencia en los diferentes formatos de periodismo, como lo son la televisión, radio y digital. Estos llamados para el estudio: Senior (Profesional).

Estos especialistas se seleccionaron con base en los objetivos de la investigación, los criterios mencionados y accesibilidad. Los nombres son:

Tabla 1. Entrevistas de profundidad.	
Profesional	Relación con el tema
Adriana Hernández Valverde	Labora en la agencia de comunicación Zona Prensa y además es directora de un programa deportivo en TD Más.
Cristian Sandoval Pacheco	Labora como periodista deportivo en Teletica Radio. Tiene experiencia en digital, radio y televisión en el deporte.
María José Cubero Castro	Labora como asesora de comunicación para proyectos deportivos. Cuenta con experiencia en televisión, prensa escrita, radio e incursionó en la era digital con Teletica Deportes.

Yashin Quesada	Es el director del medio Yashin Quesada, muestra principal de la investigación. Tiene experiencia en televisión, radio y medios digitales, con amplio conocimiento en transmisiones en vivo a través de redes sociales.
----------------	---

Nota: Elaboración propia.

En segundo lugar y manteniendo el criterio para lograr los objetivos, se toma en cuenta a periodistas deportivos con experiencia en medios de comunicación digitales y coberturas futbolísticas. Para efectos del estudio, estos son profesionales junior, los cuales cuentan con más de dos años de experiencia en medios deportivos donde el fútbol es una de las principales fuentes periodísticas. Además, la participación y experiencia en la producción y ejecución de transmisiones en vivo por medio de redes sociales. Los nombres elegidos son:

Tabla 2: Entrevista semiestructurada	
Periodista	Relación con tema
Johel Solano Castillo	Labora en el medio digital CRHoy.com y fue periodista deportivo en medios digitales.
Keishmer Gómez Muñoz	Labora en el medio deportivo digital Yashin Quesada, como jefe de información. Cuenta con experiencia en transmisiones en vivo desde sus inicios, en la cobertura futbolística dentro y fuera del país.
Diego Obando Pineda	Laboró para Yashin Quesada y actualmente es parte del equipo de periodistas deportivos de Multimedios. Tiene experiencia en transmisiones en vivo en Facebook.

Nota: Elaboración propia.

En una tercera selección, los receptores llamados espectadores, en el tema del presente trabajo de investigación, son parte de la muestra. Esta se da con una selección aleatoria de participantes voluntarios por un segmento delimitado que cumpla con el rango de los 18 a los 35 años de edad y tengan como afinidad el fútbol. Siempre y cuando tengan conocimiento sobre redes sociales y la herramienta de las transmisiones en vivo por medio de ese canal. Esta selección de la muestra consta de siete integrantes del grupo focal, los cuales cumplieron con los requisitos estipulados en el presente párrafo.

Para cada uno de los grupos elegidos para el estudio se definieron anteriormente los instrumentos seleccionados. Los cuestionarios de las entrevistas elegidas, cuentan con preguntas abiertas que permiten el aporte de la experiencia y conocimiento de los profesionales, tanto senior como junior, en lo estudiado. Caso contrario, es para el público (espectadores) quienes integran la muestra de participantes voluntarios en el segmento mencionado anteriormente y el cual se trabaja con grupal focal en el que también se les harán preguntas más concretas para conocer sus criterios en aras de los objetivos de la investigación. En el caso de este instrumento mencionado de último, se recopilará para el trabajo, los apuntes del investigador, basados en los criterios estipulados y definidos en el instrumento a utilizar.

Al respecto del contenido periodístico a estudiar para el presente trabajo, se utilizará en la población el período del segundo cuatrimestre de 2017, es decir, los meses de mayo, junio, julio y agosto, para la respectiva selección de las transmisiones en vivo por Facebook del medio digital YashinQuesada.com, las cuales están ubicadas en la sección de videos en el perfil oficial de Facebook del medio. Esto bajo la autorización del director del medio de comunicación.

Del periodo mencionado anteriormente, se seleccionaron dos transmisiones en vivo por Facebook Live por cada mes para su respectivo análisis que dieron como resultado ocho transmisiones en total, elegidas de manera aleatoria en un inicio. La selección se hará bajo el criterio de la investigación en la que tiene que existir una relación con la cobertura futbolística de Costa Rica. Se seleccionará una eventualidad y un programa o resumen, según sea el caso en cada mes.

De las ocho transmisiones en vivo seleccionadas, se pondrán en un *ranking* que exponga de mayor a menor cantidad de reproducciones, para poder llevar a cabo el análisis de contenido digital que se aplicará con el instrumento definido con anticipación. Las primeras cuatro transmisiones en vivo con mayor vistas, serán las elegidas para el análisis y la interpretación correspondiente tomando en cuenta todos los aspectos incluidos en el instrumento de análisis de contenido digital, el cual tiene como objetivo realizar una evaluación del impacto que tienen para los comunicadores, medios de comunicación y espectadores en todos los aspectos que fundamenten y alimenten la investigación. Las transmisiones en vivo de Facebook de Yashin Quesada son:

Tabla 3: Transmisiones en vivo		
Título	Fecha	Enlace
En Vivo con Paulo Cesar Wanchope	18 de mayo de 2017	http://bit.ly/2IkSK5G
Entrevista Keylor Navas y varios jugadores del Real Madrid En vivo	30 de mayo de 2017	http://bit.ly/2zSRavb
En vivo desde el Estadio Nacional	8 de junio de 2017	http://bit.ly/2iDEvbe
Joel Campbell en Encuentro Deportivo	29 de junio de 2017	http://bit.ly/2iEwJxU
Afuera del Red Bull Arena	3 de julio de 2017	http://bit.ly/2iGlggk
Temas de #LaPrimera Keylor Navas fogueo con el Real Madrid C.F. Final Gold Cup	26 de julio de 2017	https://goo.gl/zVhWQD

Previa Alajuelense en Liga Concacaf , caso Neymar	3 de agosto de 2017	https://goo.gl/HwMmwR
Desde el Red Bull Arena	31 de agosto de 2017	https://goo.gl/cKpLVQ

Nota: Elaboración propia.

En síntesis, la intención, con lo mencionado en este apartado, es contar con todos los diferentes ángulos de la comunicación como lo es el receptor y emisor, para poder contextualizar el funcionamiento y los retos que exigen las transmisiones en vivo con su contenido y forma de trabajar en el presente. Así como también dar una guía previa en el futuro de los medios de comunicación y las herramientas que ofrecen las redes sociales como lo es la transmisión en vivo a través de Facebook. Estos elementos mencionados durante la población y muestra, colaborarán para obtener resultados provechosos en el estudio.

Unidades de análisis

La investigación cuenta con unidades de análisis que son relacionadas con los objetivos específicos ya definidos para el desarrollo de la investigación y las proyecciones finales que se tienen. El desarrollo del estudio a través del investigador será guiado por las unidades de análisis que presentaremos en este apartado.

Para Hernández et al. (2014) las unidades de análisis “indica quienes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (p.216).

Con base en la definición de las unidades de análisis relacionadas con los objetivos ya definidos en la investigación, se definen las siguientes unidades para el desarrollo del estudio.

Flujo y tráfico de las transmisiones en vivo

Es la orientación temática específica que se lleva a cabo en el proceso que da como resultado el elemento principal de la presente investigación como lo son las transmisiones en vivo y en directo a través de las redes sociales, como lo es el Facebook Live de la plataforma Facebook, es importante conocer el camino para conseguir el flujo y tráfico que a los

periodistas y medios de comunicación gozan para beneficio en su impacto durante las coberturas futbolísticas.

Para que las transmisiones en vivo a través del Facebook Live, el medio de comunicación debe utilizar su perfil de Facebook para iniciar con el video en directo. En ocasiones el contenido del mismo es espontáneo y con base en los hechos que sucedan en el momento con el caso de conferencias de prensa, zonas mixtas. Otro caso son los programas, entrevistas, y demás maneras de enfoques periodísticos para la cobertura del hecho futbolístico que va a ser transmitido. El único recurso importante es la red de internet para que la transmisión fluya sin inconvenientes.

Durante y después de la transmisión, el video deja las diferentes estadísticas que generan en tráfico y flujo, entre otros datos, que son los que hacen el impacto en las personas y en la noticia o cobertura que el medio de comunicación está dando, con ello genera más oportunidad y alcance, para los que buscan información al instante.

Tendencia de continuidad

Con las redes sociales en auge y en la vida cotidiana de las personas, la conectividad entre personas y sus intereses es una tendencia de continuidad que da paso a las nuevas formas de hacer contenido periodístico. Esto es lo que hace que cada medio de comunicación tome una postura sobre la utilización de las redes sociales como lo es el caso del Facebook Live, el cual es un recurso de Facebook, en el que las personas siempre van a tener al alcance de su mano por medio de un móvil, la información en el momento en el que se da el hecho.

Según el resumen del “Estudio que detalla el uso que hacen los costarricenses de internet y redes sociales” (2017), publicado por el Financiero, rescatado del evento Red 506 del 2017, señala que Facebook es la red social más utilizada por los costarricenses con un 55%, seguido está WhatsApp con 38%. (p. 11).

Con solo tomar estas dos plataformas, se contextualiza la tendencia de continuidad que se definió bajo la razón de la conectividad que existe siempre y que por parte de los medios de comunicación, no se deja de transmitir en el momento los hechos. El público siempre está conectado y relacionado con el hecho, que tiene como intermedio y emisor al comunicador con una herramienta como el Facebook Live. Donde quiera que esté el periodista, la noticia es

transmitida, y el receptor, también cuenta con la misma opción para tener esa transmisión, continuamente.

Efectos actuales y futuros

Las nuevas tecnologías en conjunto con las actualizaciones que regularmente se dan en las plataformas digitales, principalmente en las redes sociales, hacen que las tendencias o formas de generar contenido por parte de los comunicadores varíen y dé retos en tiempo presente y futuro. En la presente investigación, el Facebook Live, en función del contenido periodístico diario en la cobertura futbolística en Costa Rica, tiene un impacto en el público que será definido e interpretado, con el objetivo de contextualizar y mejorar el manejo de esta herramienta digital.

El manejo de estas herramientas, como el Facebook Live – utilizada para el presente estudio – va abriendo camino para nuevos retos en los periodistas deportivos y generadores de contenidos de medios digitales y otros como los tradicionales, en el que los paradigmas se van dejando a un lado y se utilizan las nuevas tendencias. Es de aquí que parte el efecto actual de un medio de comunicación que por rebote, positivo o negativo, según se llegue a tomar, repercute para un futuro, y da causales reflejados en retos para un cambio en el periodismo y su manera de emitir información y producir diferentes formatos para que el público tenga siempre la noticia con la mejor calidad.

Pierde protagonismo la primicia, y da paso a una información bien contada, detallada y expuesta bajo formatos en los que la persona se puede involucrar y sentir parte de ella. El dinamismo es clave, y genera también, esa conectividad continua que se mencionada durante el trabajo con la unidad de análisis anteriormente mencionada y contextualizada.

Instrumentos

La recolección de datos es necesaria para que poder llevar a cabo el presente trabajo. Por ello, se aplicarán una serie de instrumentos de investigación a los diferentes casos descritos en el apartado de la muestra.

Como se indicó anteriormente, estos se aplicarán como fuente primaria a los profesionales de la comunicación en el área digital, llámese directores o periodistas. También a los espectadores. Los instrumentos utilizados en la presente investigación con enfoque

cualitativo son: análisis de contenido, entrevista de profundidad, y grupo focal/focus group. Estos se describen y explican a continuación:

Análisis de Contenido

En la presente investigación con enfoque cualitativo el análisis de contenido está implicado en gran parte del proceso por los datos estadísticos de los videos que serán estudiados para el desarrollo de la investigación, así como su análisis, se tendrá la recolección de datos y comportamientos que colaboren al trabajo.

La definición de análisis de contenido en una investigación cualitativa maneja un concepto que explica claro y breve su función e importancia dentro del trabajo.

Hernández, et al. (2014) “explica que el análisis de contenido, es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (p.284).

Uno de los objetivos de la presente investigación es definir flujo y tráfico que las transmisiones en vivo y en directo generan al receptor de las noticias en la cobertura futbolística del medio deportivo digital Yashin Quesada. Por lo que el análisis de los contenidos, tráfico y datos que generan los videos en vivo y en directo a través del Facebook Live difundidos por el medio es fundamental para cumplir con las metas a alcanzar.

El instrumento que se utiliza para conocer los impactos cualitativos que generan las transmisiones en vivo, tanto para los medios de comunicación como para los espectadores, será por elaboración propia.

Entrevista

Para la presente investigación, el contar con la opinión de los especialistas en el área de la comunicación y los medios de comunicación deportivos actuales, tomando en cuenta aquellos que tienen como parte de sus herramientas de contenido las transmisiones en vivo por medio de las redes sociales como el Facebook Live. La entrevista abierta inicialmente, y apoyada en una semiestructurada, funcionará con gran viabilidad y credibilidad para el estudio.

Según Hernández, et al. (2014), “regularmente en la investigación cualitativa, las primeras entrevistas son abiertas y de tipo “piloto”, y van estructurándose conforme avanza el trabajo de campo. Regularmente el propio investigador conduce las entrevistas” (p.436).

Estas entrevistas dirigidas a los profesionales del periodismo, directores y periodistas, llamados senior, se realizarán con la mayor naturalidad, con el fin de que el entrevistado tenga la facilidad de expresar y exponer sus ideas y experiencias para una mejor calidad de información. Además, se aplicará a los periodistas deportivos con menor experiencia, denominados junior, una entrevista semiestructurada, con preguntas definidas para lograr los objetivos de la investigación. Más que una entrevista, será una conversación. Cada una de las preguntas establecidas en el instrumento tiene la estrategia planteada para responder a las unidades de análisis ya definidas anteriormente.

Grupo focal

La investigación tiene como una de su muestra definida a los usuarios que forman parte de los receptores o espectadores de los medios de comunicación deportivos digitales, que tienen como herramienta para su contenido las transmisiones en vivo por Facebook, como el caso de Yashin Quesada, medio de comunicación tomado en cuenta para el estudio a realizar.

Para Hernández, et al. (2014), los grupos de enfoque son cuando “existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción” (p.441).

Además, resaltan que los grupos focales para “algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas” (p.441).

Para la investigación, la necesidad de recolectar los datos que generen las transmisiones en vivo de Yashin Quesada y la experiencia, generación, tráfico y opciones de los involucrados ayuda a estudiar tanto la perspectiva, el impacto, los obstáculos, ventajas y los nuevos retos tan periodistas, directores de los medios deportivos digitales, como el usuario en general.

Tras la aplicación del instrumento, para la investigación se aportará el reporte de apuntes realizados por el investigador. Esto servirá para el análisis que llegará a lograr los objetivos definidos.

Proceso para la recolección de datos

En la investigación cualitativa el proceso de recolección de datos no tiene como objetivo principal concluir en inferencias y/o análisis estadísticos. Por el contrario, pretende convertir los datos de los testimonios brindados por las personas y casos involucrados, en información que sea de utilidad y apoyo al proceso del trabajo y los análisis respectivos con los que los objetivos se intentarán cumplir.

Los datos recolectados tienen una gran importancia en esta investigación, para que el investigador tenga cómo obtener sus resultados y conclusiones al final del trabajo.

La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis. En el caso de seres humanos, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, etcétera (Hernández, et al., 2014. p.430).

La presente investigación requiere la recolección de transmisiones en vivo y de datos del Facebook Live de Yashin Quesada segundo cuatrimestre del 2017. Para la recopilación de las noticias se utilizan las estadísticas que genere el perfil de Facebook o/u métricas que utilice el medio.

Es de aquí donde Yashin Quesada, quien cuenta con experiencia en las transmisiones en vivo y es director del medio digital, junto con su equipo, aportarán suficiente información para desarrollar el estudio. Esto acompañado de los expertos en comunicación de diferentes ámbitos y con diferentes visiones sobre y del tema.

Parte primordial para poder llevar a cabo este estudio y lograr los objetivos planteados de una forma correcta, será el aporte que los expertos generan a través de las entrevistas. Relacionados entre sí cada una de las respuestas, así como con el trabajo de interpretación y análisis del investigador, el contexto y la teoría a la que se pretende llegar será mejor fundamentada.

A su vez, los seguidores quienes también serán fuente de uno de los instrumentos a utilizar, darán un contraste y un contexto más profundo de la temática que tiene el presente trabajo de investigación. Como es vital en la comunicación asertiva de un medio de comunicación, el comunicador con su responsabilidad, y el receptor con su perspectiva, profundizan el análisis de la investigación.

Método de análisis

En el proceso cualitativo, la recolección y el análisis ocurren -en su mayoría- en paralelo. Es decir, los datos se acumulan y reúnen para ser analizados al instante. Para el análisis de los datos recolectados se utiliza el programa computarizado Atlas.ti. Este es un software para análisis de datos cualitativos, gestión y creación de modelos.

Atlas.ti. es una herramienta que le permite al investigador organizar, agrupar y gestionar su material de forma sistemática; categorizada y codificando las unidades de análisis que el trabajo posee. De acuerdo con Hernández et al. (2014) este sistema computarizado:

Realiza conteos y visualiza la relación que el investigador establezca entre las unidades, categorías, temas, memos y documentos primarios. Ofrece diversas perspectivas o vistas de los análisis (diagramas, datos por separado, etcétera). (p. 484). En conjunto con esto, el instrumento de análisis de contenido colabora a capitalizar toda la información obtenida.

El método de análisis sigue un orden que se guía por tipo de datos: entrevistas, documentos e informes y observaciones del instrumento de análisis de contenido. Para el presente trabajo se utiliza la codificación cualitativa. “El investigador considera segmentos de contenido, los analiza y compara. Si son distintos en términos de significado y concepto, de cada uno induce una categoría; si son similares, induce una categoría común” (Hernández et al. 2014, p. 459).

Añadido, para la presente investigación se utiliza la técnica de corte y clasificación. Se pretende profundizar el sentido general de los datos, para que junto al análisis de contenido se generen las interpretaciones.

Después de revisar, manejar y marcar el texto, el cortar o editar y clasificar, consiste en identificar expresiones, pasajes o segmentos que parecen importantes para el planteamiento y luego juntarlos conceptualmente (sería como agrupar objetos en el “cajón o pila” que le corresponde: juguetes, artículos de cocina, ropa, etc.) (p. 472).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con la intención de responder a los objetivos previamente definidos en la presente investigación, se inicia con la descripción de la información y resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados, que se indican en la metodología del trabajo. De esta manera, descritos los resultados por unidad de análisis y siguiendo un sentido generado por categorías y subcategorías que se explican en la prosa del estudio, se procede al análisis profundo de la evidencia obtenida junto a las teorías sobre redes sociales, comunicación digital y transmisiones en vivo que fueron mencionados en el apartado del marco de referencia.

Es oportuno recordar el objetivo general del presente trabajo de investigación: Analizar el impacto de la digitalización a través del Facebook Live en las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo de YashinQuesada.com en el contenido periodístico, durante el segundo cuatrimestre de 2017. De este mencionado, se delimitaron tres objetivos específicos, en los que se por medio de unidades de análisis: flujo y tráfico de las transmisiones en vivo, tendencia de continuidad y efectos actuales y futuros.

Dentro de los medios de comunicación, es fundamental contar con mediciones cualitativas y cuantitativas que generen resultados y movimientos en sus diferentes plataformas. Para efectos de la investigación en desarrollo, se toman en cuenta los datos cualitativos. En un recuento general, para la televisión es importante el *rating* que los televidentes generen, mientras que para la radio el mismo *rating* se mantiene para obtener los datos y la medición del impacto que su contenido geste.

Para el presente estudio, la herramienta principal es el Facebook Live, la cual está inmersa en los medios digitales. Es por ello que en los aspectos de medición necesarios para la investigación, así como para los medios de comunicación en la actualidad y un futuro no lejano, el flujo y tráfico de las transmisiones en vivo digitales, por medio de redes sociales, es fundamental.

Se analizaron ocho transmisiones en vivo del medio de comunicación deportivo, Yashin Quesada, realizados en el segundo cuatrimestre de 2017, es decir, los meses de mayo, junio, julio y agosto. De los estudios aplicados a cada transmisión, se colocaron en un orden de mayor a menores reproducciones. Además, se efectuaron siete entrevistas; cuatro entrevistas de profundidad a expertos y profesionales con más de 6 años de experiencia y tres

entrevistas semiestructuradas a periodistas profesionales con experiencia en medios deportivos digitales. Por último, se aplicó un grupo focal con un total de siete receptores que forman parte de la muestra de la audiencia.

La información y evidencia se combinará en el transcurso del análisis mediante una redacción que compare, sustente, justifiquen y fortalezcan los resultados que cumplirán con los objetivos de la investigación.

Flujo y tráfico de las transmisiones en vivo

Tras el análisis de contenido digital, se encuentra que para que una transmisión en vivo por medio del Facebook Live genere un impacto en relación con la cobertura deportiva tanto para el medio como para la audiencia, se deben manejar diferentes aspectos que lleguen a producir un flujo en la plataforma del medio de comunicación que por ende dé un tráfico que al quedar permanente en la red social, el video en vivo no dejará de generar hasta que de ser el caso, éste sea eliminado.

Se definió en el presente trabajo de investigación, el flujo como la fluidez y presencia del espectador, llámese oyente o televidente, durante una transmisión en vivo por redes sociales. Por su parte el tráfico, son los números estadísticos que los videos en vivo generan y hacen medibles en aspectos numéricos el trabajo periodístico. Tanto el impacto social, como el estadístico, para el medio de comunicación, son fundamentales en la nueva era donde las plataformas digitales traen al periodista y al periodismo, herramientas con oportunidades innumerables para producir nuevos y mejores contenidos.

El caso del análisis de contenido digital de la transmisión en vivo llamada: *Entrevista exclusiva con Paulo Cesar Wanchope*, situada en el primer puesto de la tabla de análisis de transmisiones en vivo de Yashin Quesada del segundo cuatrimestre de 2017, adjunta al final del apartado, se denota cómo el contenido, la tendencia del tema y la manera de incluir al público dentro de la transmisión, son claves para el éxito de una transmisión en vivo por Facebook. Esta fue realizada el 18 de mayo, tuvo una duración total de 37:58 y al 7 de noviembre de 2017, cuenta con 89.880 reproducciones. Es de aquí donde el análisis permite desglosar los aspectos ya mencionados.

El chance de oportunidad fue aprovechado por YashinQuesada.com, quien logró ser el primer medio de comunicación nacional en contar en vivo, con el protagonista de una crisis

vivida por el Deportivo Saprissa tras una pérdida ante Herediano. La afición y fanática, que para los medios deportivos son la mayor parte de su audiencia, se encontraba en un momento donde quería escuchar respuestas de los principales actores. Con la aplicación del Facebook Live, Yashin Quesada, director del medio, acompañado por el periodista Diego Obando, transmitieron en vivo con Paulo César Wanchope, Gerente Deportivo del Saprissa en su momento, tuvieron una interacción generalizada con aficionados al fútbol, lo cual abre esa brecha a un gran segmento de público en el país; ello generó un flujo que no obtuvieron otros medios de comunicación, ya que sus plataformas solo les permiten un límite de tiempo.

Con el seguimiento de la descripción de la transmisión en vivo de Yashin Quesada, seleccionada para este estudio, se desvela que el contenido basado en una tendencia de momento de la agenda periodística de interés para un grupo o comunidad, juega como uno de los principales factores para generar flujo y tráfico. Esto con la añadidura de contar con dos personas de alta credibilidad, como lo es Yashin Quesada para el medio de comunicación, como el gerente deportivo en el área del entrevistado del tema actual.

No menos importante, por el contrario, un beneficio que ningún otro modelo en comunicación existe, es el tiempo ilimitado con el que cuentan los medios digitales a través de las redes sociales. Por medio de un Facebook Live, el periodista puede dar una cobertura sin límite de tiempo, permitiendo abarcar gran cantidad de aristas al tema, y a su vez, incluir al público a formar parte de la transmisión.

Esta interacción mencionada se debe a un adecuado manejo del periodista en escena. La importancia que se le dé al aficionado que comenta, critica o pregunta, forma parte de los detalles que hacen que el espectador acompañe una transmisión en vivo, lo cual corresponde a otro de los factores más llamativos que arrojaron la aplicación de los instrumentos.

Continuando con el análisis de contenido digital general, se evidenció que el escenario donde la transmisión se realiza pasa a un segundo plano, y la autenticidad y naturalidad de la cobertura, son los que sí toman la delantera en este caso. El público no critica en sus comentarios el dónde, sino, más bien, presta atención a aspectos tecnológicos como la calidad de imagen y audio, ambos relacionados al recurso del internet.

Es por esto que el investigador en el análisis de contenido de la transmisión indica que: “El manejo de la entrevista de Yashin Quesada con su experiencia, la transmisión la vuelve natural, confronta e interroga con las inquietudes del periodista y el público. Se

incluye al público con la lectura de sus comentarios, preguntas que además fueron hechas al gerente con la incursión de Diego Obando”. (Investigador – Análisis de contenido)

A pesar de que contar con un protagonista como entrevistado y utilizar un tema con polémica o tendencia del momento es un gran factor para que una transmisión en vivo genere un flujo y tráfico adecuado, en la cobertura periodística futbolística, es importante la incursión de resúmenes o microprogramas por medio de redes sociales. YashinQuesada.com hace uso de eso y tiene dentro de su gama de transmisiones por Facebook Live, los resúmenes de noticias donde los factores de tema de tendencia, la interacción y el escenario, salen a relucir.

El análisis de contenido digital del presente trabajo de investigación, revela por medio de la transmisión en vivo llamada *Previa Alajuelense en Liga CONCACAF, caso Neymar* (Apéndice C), que para el espectador es importante estar al tanto y mantenerse al tanto del acontecer deportivo o futbolístico, en este caso, sin importar la presencia de figuras notorias.

La transmisión en vivo realizada el 3 de agosto de 2017, manejó temas actuales en el fútbol con la conducción de Keishmer Gómez y José Alvarado, dos periodistas del equipo de YashinQuesada.com Ambos incluyeron a los espectadores, atendieron sus inquietudes y compartieron con naturalidad los comentarios y el contenido periodístico. Esto lleva de nuevo al tema de producir contenido innovador y de mayor calidad para el público, que al final es quien le genera el impacto al medio de comunicación y periodista.

Prueba de lo mencionado son los comentarios de las transmisiones en vivo. Para este caso se rescata el aporte de un espectador que tuvo el video y fue incluido en el resultado del ítem de comentarios del video en vivo analizado. “Los comentarios totales para participar, comentar los temas, hacer consultas y debatir lo que se habla”. (APÉNDICE C).

Siguiendo con el tema que incluye al espectador, se evidencia que la mayor participación del público en las transmisiones en vivo por Facebook Live es masculino y con un perfil con identidad clara, lo cual muestra la credibilidad que el medio llegue a tener y por esta vía tener una comunidad definida.

Tabla 4: Datos de duración de transmisiones de Yashin Quesada	
Transmisión	Duración y reproducciones
1. Entrevista exclusiva con Paulo Cesar Wanchope	37:58 / 89.880
2. Entrevista Keylor Navas y varios jugadores del Real Madrid. En vivo	42:52 / 69.969
3. Joel Campbell en Encuentro Deportivo	1:15:02 / 12.261
4. Afuera del Red Bull Arena Gold Cup #LaSele	48:49 / 9.583
5. Desde el Red Bull Arena	21:23 / 5.780
6. Temas de #LaPrimera Keylor Navas fogueo con el Real Madrid C.F. Final Gold Cup	55:05 / 4.912
7. En vivo desde el Estadio Nacional	27:15 / 4.744
8. Previa Alajuelense en Liga CONCACAF, caso Neymar.	33:47 / 3.979

Nota: Elaboración propia.

Otro de los aspectos más importantes que resaltan en el análisis y que demuestra el alto impacto que están generando las transmisiones en vivo por Facebook Live en la cobertura deportiva costarricense, es la interacción del público. Esto se da con la unión de los factores ya mencionados y otros más por describir en el transcurso de los resultados. El espectador forma parte del en vivo.

Ejemplificando lo mencionado, el análisis de contenido digital realizado a la transmisión en vivo titulada: *Entrevista Keylor Navas y varios jugadores del Real Madrid. En vivo* (APÉNDICE C), que se llevó a cabo el 30 de mayo de 2017, arrojó un total de 938 comentarios y 194 compartidas. Lo dicho anteriormente en términos de impacto para el medio

de comunicación, es una alta participación y atención de sus seguidores, que acostumbrados a los videos en vivo de alta relevancia, forman parte del mismo e interactúan de manera constante durante el desarrollo de la transmisión. La credibilidad, un tema reconocido por los expertos y que se describe en el transcurso de los resultados, así como la oportunidad de presencia para los medios de comunicación que se facilita con esta herramienta, son parte de los elementos que le dan el impacto que al final será redituable para el medio. Esto sin dejar a un lado el chance de jugar con el tiempo que sea necesario.

Tabla 5: Tipos de comentarios de la transmisión: <i>Entrevista Keylor Navas</i>		
Nombre de la transmisión	Duración / Reproducciones	Comentarios
2. Entrevista Keylor Navas y varios jugadores del Real Madrid. En vivo	42.52 / 69.969	<p>La mayoría, podría decirse que la totalidad de los comentarios fueron positivos, formulando preguntas, ánimos y siendo parte de la transmisión.</p> <p>Ej 1: “Q increíble como un sólo jugador mueve masas en todo los sentidos antes no se observaban a los periodistas ticos en estas conferencias de los eventos más grande del mundo. Q bien por eso”(sic) - Zadomen Khryz.</p> <p>Ej 2: “Excelente buena cobertura saludos desde Talamanca pura vida” (sic) – Alexis Navas.</p>

Nota: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el tiempo ilimitado, como se mencionó anteriormente, el tema de profundidad con respecto al contenido, toma más fuerza como tarea obligatoria de cada periodista, al momento de realizar una transmisión en vivo por Facebook Live. Estos factores son los que captan al espectador, y por consiguiente se da el flujo y tráfico que todo medio de comunicación busca.

Siempre y cuando el contenido que se ofrezca, así como la manera en la que se comunica y expone por medio de la plataforma del video en vivo por Facebook, la audiencia va a tener la fidelidad de permanecer el tiempo completo de la transmisión. Es por eso que el tema de la calidad siempre estará presente en el manejo de la información. Eso sí, actualmente, la naturalidad y sencillez, son los elementos que le dan autenticidad a una transmisión y de esta forma, comodidad a la persona de querer seguir al medio y ser parte de cada cobertura. La digitalización de las transmisiones en vivo hace a los periodistas y medios salirse de los protocolos a los que la televisión tenía acostumbrados a la audiencia por años y darle un nuevo aire. Mientras sea de interés, el medio tendrá un fiel seguidor, participando y observando, ya que además, esta modalidad permite hacer otras actividades, mientras se le da continuación a un video en vivo.

Para poder medir este impacto, la mejor ejemplificación es con la audiencia, por lo que en la investigación se llevó a cabo un grupo focal para conocer el recibimiento y percepción de las transmisiones en vivo. Para este caso en específico, se realizó un ejercicio de interpretación y opinión con la transmisión en vivo de Yashin Quesada titulada “*Afuera del Red Bull Arena*”, realizada el 3 de julio. El investigador comparte las observaciones hechas a los participantes del grupo focal mientras corría el video.

Tabla 6: Reacciones de la transmisión en vivo: Afuera del Red Bull Arena.

- Mala recepción a los anuncios que se dan al inicio de la transmisión.
- Capta atención por la locación donde se realiza la transmisión.
- Aprovechan para usar el celular pero siempre, siguiendo la transmisión por el audio.
- Reacción de burla y desacuerdo cuando Yashin Quesada dice algo popular. (“cómo se dice en Costa Rica, *short corto*”)
- Cuando se entra al tema, la atención aumenta y gestos faciales, aceptan y rechazan la información y los criterios que se están dando en la transmisión por parte de los periodistas.

Nota: Elaboración propia.

Concluido el vídeo en vivo observado, José Brenes inició los comentarios diciendo: “Muy bonito, muy interactivo”, mientras que Manuel continuó mencionando: “Yo estaba

viendo que las marcas, yo entiendo los patrocinadores son muy importantes en este tipo de trabajos pero sí siento que muy atravesadas o seguidas, me pareció que muy feo”. Juan completó la versión de Manuel, expresando: “Deberían ser los patrocinadores como visuales nada más, que el aficionado los vea, no mencionarlos”.

Con respecto al contenido, primordial en toda labor periodística, Felipe añadió: “En mi caso por ejemplo, la información que da Yashin que habla del clima, uno como aficionado tiene que entender cuándo va a jugar la sele que, por ejemplo, Yashin decía que el clima estaba muy alto verdad, hacía mucho sol, uno como aficionado no le puede pedir mucho a la selección, en este caso por el clima, porque se sabe que en Costa Rica el clima es tropical pero no tanto”. Esto denota que la profundidad que permiten las redes sociales y la tecnología a la hora de realizar coberturas deportivas, son uno de los detalles a tomar en cuenta con mayor atención para poder cumplir con las expectativas y exigencias del público al que se debe cada medio de comunicación.

Ahora bien, vistos los resultados obtenidos con el análisis de contenido digital de las ocho transmisiones en vivo de Yashin Quesada en el período del segundo cuatrimestre de 2017, los resultados se refuerzan en las entrevistas a profundidad realizadas a los expertos en comunicación. Esto complementado con lo recolectado de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a periodistas profesionales con experiencia en el área digital.

La nueva era del mundo digital y la comunicación por medio de redes sociales, ha revolucionado el mercado, el contenido y la forma en la que se trabaja en la actualidad en los medios de comunicación. Desde las televisoras, empresas radiofónicas y prensa escrita, se han tenido que adaptar a las nuevas tecnologías, y de esta forma hacer uso de las herramientas que ofrecen.

Lo mencionado nace de la necesidad de conocer la transformación que se dio con la digitalización de las transmisiones en vivo y en directo en la cobertura futbolística en el país. Para el estudio se contó con la participación de expertos en comunicación, los cuales tienen más de 7 años de experiencia y vivieron el proceso de transición que las redes sociales han generado en el periodismo actual. Su paso en televisión y radio, y en algunos casos prensa escrita, da el aval para poder hablar ampliamente del este tema que contextualiza el impacto que esta digitalización generó.

Para Yashin Quesada, director y propietario del medio de comunicación digital que lleva su nombre, el primer impacto con la aparición de la herramienta del video en vivo a través de Facebook fue de oportunidad. De crecer, generar un mejor producto periodístico y tomar un nuevo aire en el periodismo que se volvía cuadrado en los formatos tradicionales.

En la entrevista a Yashin Quesada, realizada en las oficinas del medio de comunicación, el experto contó que “conforme se va dando el crecimiento de las redes sociales y aparece la herramienta de un video en vivo, yo lo comparo para efectos de nosotros del periodismo, pasar de una máquina de escribir a una computadora verdad, hay un cambio y un mundo de posibilidades que se abren y además genera también” (APÉNDICE A).

El director del medio tomado en cuenta para el presente trabajo de investigación, fundamenta el cambio y los beneficios que esta nueva herramienta trae para el periodista y medio de comunicación con el primer y más importante elemento a tomar en cuenta en la digitalización de las transmisiones en vivo y el impacto que estas generan, la inmediatez. Yashin justifica que “si hay internet y tenés tu teléfono inteligente puedes hacer una transmisión en vivo de cualquier lugar, entonces ha permitido mucha más penetración, una inmediatez que antes solo te la permitía tal vez la radio, porque agarrabas un teléfono y transmitías en vivo, hoy en día, mucho más tecnológica te permite estar más cerca, primero y además con video y audio, o sea es una locura, era algo impensado” (APÉNDICE A).

Es importante para poder alcanzar los objetivos planteados, conocer el impacto que cada profesional vivió con la digitalización. Esto tomando en cuenta quienes han tenido la oportunidad de pasar por los diferentes formatos del periodismo.

Recordando las épocas en las que inició con casete o aparatos complejos para poder transmitir hasta en radio, Cristian Sandoval en la entrevista realizada en un restaurante de comida rápida, contó la manera en la que recibió la digitalización y lo sucedido con colegas que no tomaron de buena manera las nuevas tecnologías, y además, no quisieron adaptarse a ellas.

“Fue un impacto muy fuerte para todos, o sea, para las generaciones que ya estábamos trabajando en ese momento, es un impacto al que había que acostumbrarse, conozco lamentablemente de mucha que se quedó en el camino que no logró adaptarse a esas circunstancias, que no logró cruzar la línea de esa parte tecnológica y poder asimilar bien el cambio de las redes sociales y lamentablemente se quedaron” (Sandoval, entrevista).

Esto muestra cómo la digitalización llegó en una zona de confort del periodismo, donde valía más el comprometerse y aprender, que el abstenerse a ser parte de la transformación.

Si bien es cierto, todo este proceso de digitalización, no solo de los videos en vivo, sino de las redes sociales y la forma en la que se comunican los hechos en la actualidad, trajo beneficios y elementos que sin notarlos en el trajín diario de un medio de comunicación, se han convertido en prioridad.

La inmediatez es el elemento con el que los medios de comunicación cuentan en la actualidad gracias a la tecnología. La cobertura es el momento, con la accesibilidad de poder llevarle al público el hecho con un aparato electrónico como lo es el teléfono inteligente. Es de aquí donde parte la presencia del medio en la noticia futbolística, la cual es la más seguida y de interés para el público costarricense.

Keishmer Gómez, periodista de Yashin Quesada, concuerda con lo indicado en la entrevista realizada. Con su experiencia en medios digitales, el comunicador asegura que: “El impacto ha sido buenísimo, porque para todos aquellos medios de comunicación que no tenían la alternativa de estar presentes de forma continua en televisión, de no estar presentes en querer dar diferentes enfoques de la noticia y de estar presentes en diferentes circunstancias a nivel nacional e internacional y que realmente el trabajo valga la pena” (Gómez, entrevista).

El Facebook Live con su llegada, eliminó los límites de espacio y momento para dar una noticia. El espectador no debe esperar a una edición o la próxima entrega, sino que con el recurso de esta herramienta y sus facilidades, siempre y cuando se cuentan con acceso a internet, se puede informar dónde quiera que esté, y el periodista pueda hacer su trabajo sin barreras de tiempo o espacio.

Ejemplificando lo mencionado de una mejor forma, las conferencias de prensa se convocaban en periodos que calzaran con la edición matutina, del medio día o nocturna de un noticiero, con la intención de que esta pudiese salir en televisión. Esto en la actualidad deja de ser una realidad, ya que no importa la hora, los medios digitales y hasta los convencionales como la televisión y la radio, transmiten por Facebook Live la conferencia de prensa completa, y además, cuentan con la opción de añadir profundidad en los temas relacionados y

con los mismos protagonistas al mismo tiempo. Esto sin dejar a un lado que la participación del público le da un valor adicional que ningún otro formato del periodismo tiene.

Es por esto que la investigación basada en las respuestas obtenidas por los profesionales en comunicación, revela la inmediatez como uno de los principales impactos a ser valorados por parte de las personas que laboran en periodismo. Como respuesta a esto, están los cambios que la digitalización trajo consigo al nuevo mundo de las transmisiones en vivo.

Los expertos consultados para la investigación por medio de la entrevista de profundidad, concuerdan que los recursos, el tiempo ilimitado y la naturalidad, principalmente, siguen la secuela de oportunidad y beneficios que dan las transmisiones en vivo por Facebook al ahora del periodismo, con respecto a la época donde la digitalización no se había dado.

Estos factores producen además que la cercanía entre el periodista y el espectador sea mayor, con un perfil más auténtico, el medio de comunicación cuente con una comunidad definida. La transmisión en vivo por Facebook Live permite dialogar “tú a tú” con el usuario, responder a sus dudas o de manera simple, atender a un saludo en el que reportan sintonía o se hacen sentir parte de la cobertura.

El contacto personal entre periodista y espectador cumple con las intenciones por las cuales las redes sociales fueron creadas y evolucionan en su funcionamiento cada vez más. Esta es una situación que los expertos consultados destacan, y sin observarlo de mala forma, le agregan un valor debido al complemento que llega a generar en coberturas al instante y sin un límite de tiempo predefinido con anticipación.

El periodista deportivo, Cristian Sandoval, que cuenta con 21 años de experiencia en comunicación, explicó en la entrevista realizada para el presente trabajo, el principal cambio que ha generado el impacto de las transmisiones en vivo desde su llegada, a su parecer, reforzando lo mencionado previamente que también fue corroborado con la información obtenida de los diferentes expertos. “De las más significativas es ese contacto casi personal porque no es lo mismo que vos estés en un programa de radio o televisión, estás frente a la cámara, hagas tu trabajo de la manera correcta o incorrecta igual al frente de un micrófono, al hecho de estar ya absolutamente expuesto a que en determinado momento te equivocas y

automáticamente te corrigen porque las redes sociales también han tenido la facultad y toda esta exposición” (Sandoval, entrevista).

Ahora bien, como se ha reiterado en cada elemento, uno de los principales resultados cuando de impacto se refiere, es para la audiencia. La especialización y definición de cada medio de comunicación le abre un sin fin de oportunidades al usuario de elegir qué quiere ver, qué quiere escuchar, de quién se quiere informar y cómo lo quiere hacer. Son las redes sociales en sus diferentes formatos, y el acople de cada medio, quienes dictan a un público o una comunidad de definida.

Sandoval argumenta que: “hoy usted escoge su nicho y por eso yo creo que el aporte es muy bueno porque prácticamente tenemos hoy en día medios que se especializan en diversas actividades, me estoy refiriendo a la parte deportiva, pero podríamos hablar de la parte política, de la parte de espectáculos de la parte de economía, que hay nichos específicos y gente específica que se encarga de transmitir en cada uno de esos nichos” (Sandoval, entrevista).

Ahora, relacionando cada uno de los elementos que el análisis de contenido digital de las ocho transmisiones en vivo de Yashin Quesada y las codificación de las entrevistas de profundidad a los expertos en comunicación, tal y como lo dice la periodista costarricense María José Cubero en la entrevista realizada vía Skype para la investigación, actualmente la noticia para cualquier persona está al alcance de la mano, un elemento más que guía a los objetivos del estudio. “el acceder a la información de una manera más rápida y en el lugar donde usted está” (Cubero, entrevista).

Esto último, abre la brecha a otra importante evidencia hallada en la investigación. Para efectos de la misma, se denomina “tendencia de continuidad”. Previo a eso, es pertinente recordar que uno de los objetivos específicos de la investigación es: Describir la tendencia de “continuidad” en las transmisiones en vivo y en directo tanto desde el público como desde los generadores de contenido.

Tendencia de continuidad

La tecnología y el mundo digital en el que se encuentra inmerso la comunicación, los medios y periodistas, genera junto a los usuarios una conectividad que ha trascendido conforme evolucionan las redes sociales. Estas son llamadas a crear comunidades, a mejorar

y acercar la comunicación entre grupos, y es la que por sí sola hace que exista una continuidad entre el emisor y receptor, es decir, el comunicador y la audiencia.

Tal y como lo indica el periodista de Yashin Quesada, parte del grupo de los profesionales que se toma en cuenta en la investigación, Keishmer Gómez, las redes sociales, pero con mayor fuerza, el Facebook Live, han marcado un antes y un después en el periodismo deportivo. La accesibilidad no solo del espectador que cuenta con la información siempre, sino al periodista y al medio por la oportunidad de contar con variedad en fuentes de información que fundamente cada una de las cobertura que se realicen a través de un video en vivo por medio de redes sociales.

La adaptación rápida y adecuada de los medios de comunicación convencionales para poder competir con los digitales, quienes por sus herramientas toman la delantera en algunos casos, principalmente, cuando de transmitir en vivo cuándo y dónde sea necesario sin importar el momento, le han permitido al usuario contar con la información a la mano, tal y como lo decía María José Cubero en la entrevista para el presente estudio.

Viéndolo de los dos lados de la comunicación, el periodista cuenta actualmente con la oportunidad y accesibilidad de poder darle cobertura a la noticia de la forma que sea. Deja a un lado la presentación, el escenario y el tiempo, del hecho como de la cobertura, para abrir espacio al contenido periodístico diferenciado que se puede realizar por medio de un Facebook Live.

Adriana Hernández, entrevistada como parte de los expertos en comunicación para el presente trabajo, asegura que “a uno como periodista que pueda ampliar la información y hacer más rico el tema en cuanto a variedad de información y no solo quedarse con el qué, cuándo, cómo y por qué” (Hernández, entrevista).

Acá es donde se denota que el mayor beneficio de la tendencia de continuidad que las redes sociales y principalmente la herramienta del Facebook Live, es para el usuario por su acceso a la información desde sus manos a través de las diferentes plataformas digitales, las cuales generan además, una proximidad que se da como parte del resultado de la misma tendencia descrita.

Retomando el tema de la inmediatez, este es el principal elemento que atrae otros aspectos como el de la continuidad, yendo ambos de la mano. No importa el lugar en el que se

esté, lo importante es estar. En YashinQuesada.com, el manejo de las transmisiones en vivo por Facebook Live es fundamental y constante, lo que ha generado la que las personas afines al deporte y fútbol, principalmente, sean parte del público del medio, y con fidelidad, mantengan la conectividad continúa en sus informaciones. Yashin lo explica en la entrevista realizada, haciendo uso de su experiencia. “la gente eso es lo que quiere, darle seguimiento, darle continuidad y es una facultad que las redes sociales, es abierto, usted le puede meter a la hora que quiera, en el momento que sea, es de manera ilimitada, en cambio los otros medios convencionales tienen mucho más limitaciones alrededor de eso” (Quesada, entrevista).

Dentro del instrumento de la entrevista de profundidad, la pregunta sobre este tema dejó a la vista la concordancia que existe por parte de los expertos y profesionales del periodismo digital, el mayor beneficiado es el espectador, mientras que el medio de comunicación tiene su cuota de ganancia en aspectos como la interacción ante la proximidad, así como el aumento en su credibilidad. Yashin añade:

“La gente quiere sentirse que está haciendo parte de, por eso es que esta herramienta, proximidad, porque yo lo que veo los videos en vivo son una herramienta enorme de proximidad, porque hoy en día no solo lo escuchas, sino también lo ves, entonces esa herramienta de proximidad es tan grande, que entonces la gente lo que quiere es más, es ver eso, sentirse cerca, quiere testimoniar el asunto y casi ser parte del evento. Ahí es donde viene toda la categoría, la capacidad, el expertis de envolver a la gente sobre eso” (Quesada, entrevista).

Ante la pregunta: ¿Cree que exista actualmente tendencia de “continuidad” debido al aporte que las transmisiones en vivo dan al mantener siempre una conectividad entre el medio de comunicación y las personas? ¿Sí o no y por qué? De ser un sí, ¿podría ampliar la respuesta con una contextualización para tendencia de “continuidad”?, Adriana Hernández afirma sin dudarle:

“Pues sí, porque además ahora la gente pasa gran parte de su día en las redes sociales entonces yo creo que sí generan como una conexión e igual pienso que era lo que te decía anteriormente, que mucha gente o muchos medios se han aprovechado de esto” (Hernández, entrevista).

Por su parte, Keishmer complementa con su criterio guiado por la experiencia adquirida en medios digitales y siendo protagonista de las transmisiones en vivo de

YashinQuesada.com, indicando que “para el usuario es el que más beneficiado está, porque tiene demasiadas alternativas para escoger, obviamente van a escoger la que le dé más credibilidad, es de ahí donde nace la responsabilidad de cada medio de comunicación para que ingrese y tenga diferentes características” (Gómez, entrevista).

Manteniendo este mismo sentido con la posición sobre la conectividad que generan las redes sociales y el Facebook Live, Joel Solano está de acuerdo con Keishmer. Para el periodista de CRHoy.com en la entrevista realizada en su hogar en Cartago: “La era de las sociedades conectadas hace que la audiencia esté ahí cuando ocurren los hechos. Por eso FB trae los eventos a tiempo real y eso la gente lo agradece. Es mucho más fácil para estar mucho más cerca de la audiencia” (Solano, entrevista).

Paralelamente del tema de la tendencia de continuidad y relacionándola con la inmediatez que el video en vivo por redes sociales crea, la investigación arrojó que la primicia dejó de existir, perdiendo el protagonismo con el que contaba tiempo atrás en el periodismo. Esto sin dejar de ser un aspecto negativo, y más bien un nuevo camino a una innovadora y revolucionaria manera constante de desarrollar contenido periodístico diferente, dinámico y acorde a las tendencias tecnológicas y del mercado de la comunicación que se da día con día en la actualidad.

En su momento, tal y como el propio periodismo lo marcó, en los medios de comunicación los periodistas competían por tener una primicia, esa noticia que ningún otro tenía y que por ende iba a repercutir de una mayor forma e iba a generar todo el enganche y los resultados para el medio que la lograra. Sin embargo, las redes sociales, los sitios web y la digitalización de las transmisiones en vivo, transformaron esto por completo.

La inmediatez de la que los comunicadores tomados en cuenta para el estudio coinciden, las herramientas tecnológicas como el Facebook Live, asociados a la accesibilidad de cada persona con el internet y los teléfonos inteligentes, hace que la primicia quede a un lado y deje de existir en la actualidad.

Para los expertos, ni el hecho de llegar primero a una noticia te garantiza que las personas observaran al medio, sino más bien, con la credibilidad y la continuidad que se indicó como tendencia en la investigación, el usuario seguirá a quienes den una mejor cobertura por medios digitales, en este caso el Facebook Live. El público tiene en su mano el hecho y el periodista la facilidad de comunicar lo sucedido, sin importar la presentación,

escenario y detalles que una televisora por ejemplo, tiene que tomar en cuenta por un protocolo que ha calado durante los años.

A esto se le puede unir que en el fútbol, en tema correspondiente a esta cobertura, las propias entidades deportivas por medio de sus departamentos de comunicación, utilizan la herramienta del Facebook Live, lo que facilita la labor del periodista y a sus seguidores definidos en grandes comunidades, les beneficia aún más.

Los cuatro profesionales en comunicación con más experiencia que fueron tomados en cuenta para las entrevistas a profundidad, coinciden en la eliminación de la primicia en la actualidad. Esto tomando como uno de los protagonistas el video en vivo en redes sociales.

Para esta investigación se realizó la pregunta: ¿Cree que las transmisiones en vivo a través de Facebook Live, al poder realizarse en cualquier espacio y momento, eliminan la denominada ‘primicia’? ¿Por qué? A esto los profesionales con experiencia en medios convencionales y digitales respondieron:

Tabla 7. Criterio sobre la existencia de la primicia.	
Profesional	Respuesta
Yashin Quesada	“Yo creo que la primicia hace rato dejó de ser tan importante como alguna gente cree hoy en día que es, ahí te estoy dando un criterio personal (...) En esto de redes sociales mucho más porque a veces algo aparece y se viralizó, ¿sabemos realmente quién lo dijo primero?, ahora y además, ¿importa quién lo dijo primero? La importancia sigue siendo tal como los medios convencionales, como también ahora por las redes sociales es quién lo maneja mejor, quien hace un uso de eso”.
María José Cubero	“Por supuesto que elimina la primicia definitivamente, creo que eso también ha venido a cambiar el periodismo tal y como lo conocíamos y estudiábamos y como lo vimos en la universidad, verdad, de poder tener una nota en exclusiva, poder trabajarla con un poco de tiempo y después publicarla con ese factor sorpresa. Ahora realmente no espera”.

Cristian Sandoval	“Yo creo que sí, yo creo que el término propiamente de primicia hoy día, primero no existe por dos cosas. Uno, porque se perdió el respeto del término de primicia, se perdió el respeto del crédito de la información, se perdió el respeto del reconocimiento a quien haya conseguido una nota en especial entonces la inmediatez de las redes sociales y de todas estas transmisiones hace que mucha gente lamentablemente como decimos popularmente nosotros en términos periodísticos se guinde de la información de otra persona y simplemente la hace suya, entonces el término primicia ya no existe, antes sí. (...) simplemente ante la inmediatez y ante la exposición y las condiciones tecnológicas que hay para poder sacar una nota de estas simplemente se sacan sin ningún tipo de filtro”.
Adriana Hernández	“Es que una primicia se puede dar digamos por una transmisión verdad, yo no creo que la elimine del todo porque si usted como periodista tiene alguna persona importante y te está dando una noticia importante”

Nota: Elaboración propia.

Si bien es cierto, la investigación reveló que la primicia, o el término ya no se manejan y no existe. No obstante, la noticia en exclusiva prevalece y es importante, siendo casi que similares, la digitalización de las transmisiones en vivo ha permitido que los accesos a las fuentes de información se agilicen y sean mejores que lo que eran antes.

Es por esto que a través de un Facebook Live se puede dar a conocer un hecho o contar con un protagonista y ningún otro medio lo tenga. Es una exclusiva, una oportunidad de generar movimiento al medio de comunicación con la implementación o aplicación de las herramientas que ofrecen las redes sociales en la actualidad.

Esto vale para poder abrir una gran oportunidad y un reto para el medio, de trabajar en su presencia en los hechos deportivos para que de esta manera el espectador tenga grabado qué medio sí va a darle un seguimiento constante a los temas de su interés. Yashin Quesada en la entrevista lo define como afiliaciones, las cuales marcan un antes y un después a través de las redes sociales.

De esta manera es que Yashin describe el caso a través de su experiencia asegurando que “la gente a veces se pone escéptica con las cosas, por eso es importante de quien venga, creo que se van a generar afiliaciones, me refiero a afiliaciones, así como en tele y radio se dan afiliaciones de a mí me gusta la forma en la que Yashin dice las cosas o no me gusta como Yashin dice las cosas, entonces voy a otro programa” (Quesada, entrevista).

Efectos actuales y futuros

La cobertura y el contenido periodístico en la actualidad tiene altas exigencias que a su vez pudiesen ser simples. Todo medio de comunicación implementa actualmente las herramientas que ofrece el mundo digital y principalmente las redes sociales, para llevar a cabo sus labores.

Cada una de estas herramientas permite comunicar un hecho y dar un enfoque diferenciado a la información diaria. En el fútbol y la cobertura deportiva, el impacto es mayor y contextualiza la realidad que las salas de redacción y los periodistas viven al lado de los avances tecnológicos. El complemento que cada una de estas plataformas le dan a un medio, periodista y a la audiencia, genera un alto impacto en el periodismo y la forma en la que ahora los espectadores buscan y prefieren informarse.

Es el ahora y será el futuro, lo marcan las tendencias, lo dicen los expertos y lo visualizan los profesionales. La investigación comprueba y fundamenta este fenómeno que se ha generado con el video en vivo por medio de las redes sociales en la cobertura deportiva. Para los resultados de esto, se aplicó un grupo focal y a espectadores, para poder tener en la perspectiva de quienes reciben el contenido. También se aplicaron entrevistas a profundidad y semiestructuradas, a un total de 7 periodistas divididos entre y expertos en comunicación.

Las transmisiones en vivo por Facebook Live representa una de las herramientas más útiles para generar contenido periodístico en el deporte, sin embargo, son pocos los medios que lo realizan y aprovechan desde sus inicios lo que esta ofrece. Por esto es prudente mencionar los medios de comunicación que la audiencia del grupo focal reconoció, mencionó al cuestionar los medios que han visto en la actualidad realizar este tipo de contenidos.

Entre los siete participantes del grupo focal se nombraron: Yashin Quesada, Sports by Campbell, Teletica, TD Más. Eso evidencia lo previamente mencionado, y denota el acoplamiento de los medios de comunicación convencionales como la televisión, han tenido que tener debido a la competencia que se ha producido ante la aparición del video en vivo por medio de redes sociales.

La visión de los medios de comunicación debe estar inserta en las nuevas tecnologías, nuevas tendencias y herramientas que permiten llevar a cabo innovadoras maneras de crear contenido e informar, más en un ámbito tan seguido y nutrido de fuentes de información y

aristas como lo es el fútbol y el deporte en general. Para esto se debería cuestionar sobre lo que el mercado exige para poder estar dentro del impacto que la digitalización está produciendo.

En la entrevista a Yashin Quesada, la pregunta relacionada con el impacto en la digitalización resaltaron los detalles que se conocen, pero se ignoran por parte de los comunicadores, y que en la actualidad con todas las herramientas digitales, son fundamentales para una buena labor. El director del medio asegura en base a su experiencia con estos formatos, que “la gente lo que quiere es sentirse seguro de lo que lo que le están diciendo, es cierto, primero. La gente si quiere inmediatez y quiere presencia, quiere acercarse, quiere entrar” (Quesada, entrevista). Sin ir lejos de esto, los espectadores confirman la teoría y dan paso a uno de los valores más importantes para los comunicadores, la credibilidad.

Manuel Camacho, parte del grupo que recibe la información comenta que, “es más sencillo por el celular, más que te da la notificación verdad, no tenés que esperar a que den la hora de los deportes por ejemplo en las noticias en cambio en Facebook te dan la notificación de la página que sigas”.

Continuando con lo recopilado en las impresiones y perspectivas de los espectadores, se retoma con fuerza, la proximidad, la interacción, la inmediatez y la tendencia de continuidad.

Erick Obando acota en la conversación del grupo focal: “Yo siento como que es una forma de acercarse más al aficionado”, mientras que José Brenes complementa asegurando: “Yo siento que lo tratan de hacer muy interactivo, que participe mucho la audiencia como para que se haga masivo también” (Obando, grupo focal).

La audiencia y su percepción es el mejor parámetro para medir el impacto y tomar acciones para el futuro de las transmisiones en vivo. La exigencia por parte del espectador va más allá de lo superficial como sí lo es con la televisión. La calidad del contenido, el manejo de la información y cómo se comunica, son algunas de las principales exigencias. Adjunto a esto, está el involucrar al público y hacerlo parte de la transmisión.

En el tema de calidad y el manejo del contenido, los resultados con los espectadores indican a una profundidad en los contenidos, saliéndose de lo común y de lo que los medios convencionales han tenido acostumbrado al público. Al contar con un tiempo ilimitado de

transmisión, y poder adoptar un Facebook Live a programa, cobertura, o cualquier otro estilo periodístico, la diversidad en los temas debe salir a resaltar en un futuro inmediato, donde los videos en vivo por redes sociales se van profesionalizando conforme avanzan la tecnología a pasos acelerados.

Ahora bien, con la información recolectada del grupo focal, los expertos y profesionales en comunicación en el área digital, argumentan y fundamentan el presente de las transmisiones en vivo con la digitalización, y marca los retos que tanto el periodista, como el medio de comunicación tiene para darle con la vigencia de esta herramienta y el buen manejo que Facebook Live debe de tener ante competitividad y los estándares de calidad.

El seguimiento que un espectador o la audiencia en general le da a un medio pauta una fidelidad que va más allá y cumple con el valor de la credibilidad. Esta es únicamente responsabilidad del propio comunicador, que conforme los años de carrera, y sobre todo con su labor, se ganan o merecen, y con las nuevas plataformas, les da una manera de exposición y oportunidad de trabajo mayor.

Tal es el caso de Yashin Quesada, que tras laborar en televisión y radio, es propietario y director del medio digital que lleva su nombre, y el cual es uno de los mejores posicionados en el ámbito deportivo en Costa Rica, tomando en cuenta el sitio web, las redes sociales y la presencia del medio. La implementación desde los inicios de cada herramienta, los ha colocado como uno de los medios con fuentes deportivas con más credibilidad, y ha generado además, una competencia con los convencionales.

Desde transmitir por Facebook Live una conferencia de prensa completa, que una televisora no tiene la oportunidad de hacer por sus cortos tiempos al aire, hacen que la competencia aumente y obligue en algunos casos a los medios convencionales a adaptarse a la situación y flexibilizarse. Es por eso que Yashin y los demás expertos en comunicación coinciden en la credibilidad para esta nueva etapa digital por la que pasa la comunicación, la cual está más expuesta y al alcance de todas las personas.

Yashin comenta que “no todo lo que aparece en redes sociales es bueno, ni todo lo que aparece está bien manejado, ni todo lo que aparece es serio entonces también ese es un tema que es clave, la condición de credibilidad que se pueda tener por un medio en específico a nivel digital”. Siguiendo el mismo tema, agrega: “¿qué hace que la gente prefiera lo que yo hago?, hay varias, pero una de ellas es la credibilidad, porque es lo que te digo, la gente se va

afiliando porque cree en eso, porque al final si te das cuenta puede ser la misma imagen, el mismo sonido, la misma ubicación y qué es lo que hace la diferencia, yo creo que lo que hace la diferencia es el estilo de la transmisión que la gente decida seguir, básicamente, pero creo que es muy interesante el plantearse cómo recibe la gente, que más quiere la gente, porque la gente siempre quiere más” (Quesada, entrevista).

Por su parte Cristian Sandoval se une a Yashin Quesada y contempla que “el secreto está en cómo se dé, en cuál es el enfoque que más le guste a esa persona o quien tiene más credibilidad para recibir esa noticia, eso es una elección que tendrá que hacer el receptor y que en el caso nuestro como comunicadores definitivamente conlleva una responsabilidad muy grande sobre qué ofrecemos, cómo lo ofrecemos y cuál es la intención de lo que estamos haciendo” (Sandoval, entrevista).

Como bien se menciona en el tema de credibilidad, la calidad del contenido periodístico en redes sociales es clave, ya que existen públicos diferentes que hablan e interpretan de diferentes maneras. Es por eso que en la actualidad y pensando en retos futuros, tales como lo marcan los objetivos de la presente investigación, se constata que las transmisiones en vivo no son para toda ocasión, y es ahí cuando el periodista y/o medios de comunicación, saca a relucir la capacidad para generar nuevas maneras de informar a través de las herramientas como lo es el video en vivo.

Contrario a los medios convencionales y más específico a la televisión, que es la competencia directa de las transmisiones en vivo digitales, estas últimas cuentan con la ventaja de recursos. Inicialmente un apropiado acceso a internet permite realizar las labores que fluyen bajo la guía del periodista y el complemento de los usuarios.

Además, con la profesionalización de los en vivo digitales, que ahora cuentan con programas informáticos para poder producir como si se estuviese en televisión, exige que cuando una transmisión por Facebook Live se realice, tenga un valor agregado en su contenido, en su comunicación y su interacción con la audiencia. Adicional a esto, también la producción toma un papel importante.

Para Cristian Sandoval, que labora en Teletica Radio, nueva plataforma adaptada también a lo digital, tiene clara la visión de la exigencia actual y el reto que a partir de este momento se está forjando y no perderá vigencia por los constantes avances tecnológicos.

“Cobrará muchísima más validez el hecho de poder ofrecer algo distinto por ejemplo en el caso nuestro en radio, poder ofrecer una radio interactiva, una radio que pueda observarse en línea, una radio que no sea solamente el hecho de poder poner el radio transistor y escuchar un programa o un noticiero o determinada situación, sino es realmente un reto sobre cómo nos mantenemos vigentes bajo todas esas herramientas que hay hoy día” (Sandoval, entrevista).

Fundamentando esto, Diego Obando, periodista digital en el área deportiva, complementa lo dicho por Cristian, en base a su conocimiento de más de cuatro años en la comunicación digital:

“Facebook Live depende de cómo se utilice. Si se utiliza en momentos importantes y eventos los cuales no pueden ser transmitidos por ese medio van a ser importantes. Si se siguen utilizando de forma mal, como para transmitir no sé, productos, patrocinios, notas poco relevantes lo van a quemar rápidamente, se va a gastar rápidamente, no va a tener tanto pegue como otro medio de comunicación” (Obando, entrevista).

Periodista integral

La exigencia del mercado, la necesidad de innovar y la flexibilidad que las redes sociales le han promovido a la comunicación, promueven al periodista integral. La evidencia obtenida con la aplicación de los instrumentos, principalmente de las entrevistas en la que los propios profesionales marcaban los retos y las necesidades a aplicar en el presente inmediato y futuro, detalla la integridad que un periodista debe tener en la actualidad.

Pensar en periodismo hacia un solo formato puede ser un error, y ante la rapidez de los avances tecnológicos, los nuevos periodistas y muy importante y con mayor atención, los llamados “de la vieja escuela”, es un error. Esto debido a que pueden ser carcomidos por el mercado digital y todas las herramientas que consigo trae este mundo de oportunidades por medio de internet y las redes sociales.

Más allá de saber redactar, de conocer a su fuente y saber cómo comunicar de forma informativa a las masas o comunidades, el periodista actual debe cumplir con requisitos que lo hagan un profesional completo, con una diversidad de facetas que den como resultado la polifuncionalidad que los medios de comunicación buscan. Al describir esto, la exigencia u obligación se dirige para las universidades y centros de estudio de comunicación en Costa

Rica, sin embargo, también está en la proactividad del comunicador de convertirse en un profesional integral.

Yashin Quesada es uno de los periodistas con más experiencia en el área deportiva, ha sobrepasado a las diferentes transformaciones y se ha adecuado de la mejor manera a través de su medio de comunicación a la nueva era. Basado en esto, Quesada explica que en la actualidad se debe ir más allá, teniendo experiencia y conocimiento sobre audio, edición de vídeo, manejo frente a cámaras, improvisación, naturalidad, fluidez y retroalimentación diaria de los hechos noticiosos como de los avances tecnológicos.

Junto a Yashin Quesada, Adriana Hernández y María José Cubero, coincidieron con sus respuestas sobre el periodista integral. Los profesionales respondieron a la pregunta: Con base en su conocimiento y experiencia, ¿cómo ve el futuro de las transmisiones en vivo a través de Facebook Live?, y ¿qué retos podría traerle a los periodistas y medios de comunicación.

Tabla 8. Opinión sobre el periodista integral.	
Nombre	Respuesta
Yashin Quesada	“Al periodista pues que tiene que estar más preparado, ahora ustedes o los que están empezando en el periodismo y tienen que estar preparados para aguantar una transmisión extensa, improvisar, hay que tener capacidad para mantener una transmisión, hay un reto integral, porque el periodista va a ser radio, televisión y todo junto. Tiene que ser más integral, prepararse mejor, conocer más, saber las técnicas de que es lo que la gente, si estás en una red social como Facebook que la gente lo que quiere es proximidad, se valen algunas cosas también que en un medio convencional, uno no haría, pero se vale porque es una herramienta más próxima a la gente, igualmente seriedad” (Anexo D).

María José Cubero	“los retos para los medios y periodistas van a ser más, porque tiene que estar más preparado, más documentado, muchísimo más informado, de poder la ética de poder una noticia que a veces también incluso no la ha confirmado, esto que viene a dar un poquito, una cosa negativa dentro de la ética periodística que a veces hay que irse con la noticia. También nos pone al corriente de muchos temas tecnológicos” (Anexo F).
Adriana Hernández	“Para uno como periodista es riquísimo porque estás trabajando todo, estás trabajando hasta la parte de entrevistas, la parte de estar de pie, todo, la forma de hablar, el nivel de voz que trabajas que no seas aburrido, a veces hay periodistas que empiezan con una fuerza y terminan la transmisión que es una ahuevazón, todo eso uno lo puede trabajar en transmisiones de Facebook Live, entonces yo creo que para uno como periodista es algo que uno puede trabajar muchísimas partes o herramientas periodísticas que no siempre por el medio las puede trabajar todas” (Anexo H).

Nota: Elaboración propia.

La digitalización de las transmisiones en vivo y en directo con relación al contenido periodístico cuenta con más ventajas que desventajas para el periodista, el medio de comunicación y el espectador. El impacto que genera la herramienta del Facebook Live se agiganta cada vez más y abre camino a la nueva era de la televisión digital, una nueva oportunidad para cada uno de los elementos de la comunicación.

Por consiguiente, se puede inferir que las transmisiones en vivo por Facebook Live, en relación con la cobertura futbolística, han llegado a generar un alto impacto en los dos lados de la comunicación como lo es el medio de comunicación o periodista como emisor, como el público o la audiencia, como el receptor.

Dentro de los medios de comunicación, la inmediatez siempre ha formado parte de la labor periodística, sin embargo, como resultado del análisis entre el antes y el ahora, se puede fundamentar que este elemento es cada día más clave y relevante, gracias a las redes sociales como la principal plataforma de difundir la información. Y es que la evidencia coincide con los conceptos y teorías expuestas en marco de referencia de la investigación. Con mayores fundamentos y un conocimiento que las nuevas tecnologías le han dado a los comunicadores.

Antes de entrar en el análisis que interpreta, comprueba y fundamenta las teorías, conceptos con la investigación, es prudente desvelar que el estudio a fondo de la herramienta tan poderosa como lo es el video en vivo por la red social Facebook, es escasa y por ende le agrega un valor agregado a la presente investigación.

Ahora bien, las redes sociales y la transmisión en vivo por medio del Facebook Live llegaron a marcar un antes y un después. Una frase que repetidamente los profesionales en comunicación repiten y destacan ante el análisis académico de la herramienta.

En un inicio, el periodismo solo contaba con formato de televisión, radio y prensa escrita. Tres estructuras que manejaban y aún manejan, un manual casi que protocolario para cada una de sus labores. La metodología para el manejo de información para noticias y la cobertura era limitada y cada una de ellas necesitaba de recursos desde humanos hasta materiales. Conforme la tecnología fue avanzando y las nuevas plataformas digitales se fueron apoderando y suplantando todo ese manejo comunicacional.

Es aquí donde la digitalización de cada medio de comunicación se fue forjando y por ende, dando cada vez más variedad para el periodista y para el usuario, quien toma el protagonismo cada día más en el periodismo. Como parte de esto, existe una responsabilidad clara y marcada para las escuelas de periodismo actuales. Más allá de la teoría, el periodismo es práctico, por lo cual la implementación de las herramientas digitales que se utilizan en el momento y la aplicación con el futuro comunicador, son valiosas para que más adelante los profesionales cuenten con los valores generados a través de su trabajo, un alto impacto y alcance al medio de comunicación para el que laboran, sea propio o reconocido.

Bertolotti, (2009) mencionaba en conceptualización de medios de comunicación digitales, que las miles de personas a las que se les puede llegar por medio del internet siempre generarán un “feedback”. Este además de ser el complemento de cada cobertura periodística, principalmente en el deporte, es el termómetro que mide el impacto y califica cada una de las labores que realiza el medio de comunicación (p. 305).

Esto trae una variedad de elementos que el periodismo actual tiene y que las transmisiones en vivo como el Facebook Live, generan para el trabajo del comunicador. Es la inmediatez el primero de ellos. Este concepto es conocido por todo periodista; sin embargo, el ahora cuenta con la facilidad de hacerla una realidad, y a su vez, generar diferentes situaciones que son favorables para el medio, como el tema de recursos y tiempo.

No importa llegar primero, sino llegar, y dar la información de la mejor manera. El Facebook Live tiene la ventaja que los medios convencionales no poseen, lo cual ha generado molestias y competencia. Por ejemplo, finalizado un partido de fútbol, la zona mixta en un pasado era un tema del que el público se enteraba al siguiente día o bien, a la próxima edición del noticiero de su conveniencia. En la actualidad, esto no es necesario, los medios digitales por medio del video en vivo por redes sociales, le dan al aficionado la opción de tener la declaración de los jugadores en zona mixta al instante en el que se da. No importa la escenografía que tenga, al final, el resultado que impacta al espectador es contar con la información, que el seguimiento a la noticia se dé sin un límite de tiempo.

Por lo cual es importante resaltar lo que durante la investigación se logró descubrir. Con la digitalización de las transmisiones en vivo, el protocolo de una transmisión en televisión se acabó, y abrió el camino a la autenticidad de las coberturas en vivo. Esto se ve más en el área del fútbol o del deporte.

Esa naturalidad y autenticidad, es la que colabora a producir la alta interacción que las transmisiones en vivo generan. El flujo y tráfico que un video en vivo por Facebook da se puede medir más allá de los números de reproducciones, que de paso siguen en aumento debido a que la transmisión no es efímera, sino que por el contrario, permanece en el perfil del medio de comunicación.

Es aquí donde entra comprobación y ampliación de la teoría de Framing y el contexto del contenido gráfico. El multimedia es el elemento principal de toda información y cobertura en el deporte y en cualquier área. Como periodista actual, la pertenencia de un teléfono inteligente, es la herramienta primordial y factible para poder llevar a cabo una transmisión en vivo donde quiera y cuando quiera, por el tiempo que sea. Por eso, los gráficos, llámese video y audio, son los elementos que más impacto y números estadísticos como el flujo y tráfico le generan a un medio de comunicación.

Con esto se amplía un tema que trasciende las teorías de televisión y protocolos de escenario, ya que la sencillez toma un valor extra para poder dar paso a lo que realmente la audiencia quiere obtener por medio de una transmisión en vivo, como lo es la información, su manejo, y la incursión de los usuarios. Esto se puede ver día con día con medios digitales deportivos como Yashin Quesada. Los recursos con los que realiza su escenografía o set, solo cumplen con las disposiciones de marca de patrocinadores y del medio.

Además de esto, el mensaje y su manera de comunicarlo será mejor recibida por la audiencia. Esa audiencia que está bien definida gracias a las redes sociales, debido a la oportunidad que cada persona tiene para elegir qué, cómo y con quién se quiere informar.

De la mano con esta teoría y contextualización de las transmisiones en vivo por Facebook Live, se denota la continuidad entre medio y usuario, un impacto que para los expertos fue relevante cuando la pregunta se les realizó. Cada persona tendrá su concepto acerca de las redes sociales, dice Cristian Sandoval y no erra. Sin embargo, se tiene en claro el objetivo por el que están las redes sociales inmersas en la sociedad y en el diario vivir de cada una de las personas.

Las redes sociales buscan crear comunidades, generar cercanía y tener una continuidad en cada situación de la vida, la cual es compartida por las diferentes plataformas. La teoría de la evolución de la comunicación menciona que con la transformación la visibilidad aumenta, y es totalmente correcto. Con la conectividad que todas las redes sociales generan, en temas de comunicación, la relación entre el periodista y el usuario es situación diaria. Al alcance de la mano cada persona tiene la información de cuánto hecho suceda, y a su vez, genera una proximidad que se ha convertido en actor protagonista en las coberturas deportivas.

Ejemplificando lo anterior, por medio de una transmisión en vivo por Facebook, un hecho noticioso, curioso o de interés para la comunidad o el público que un medio de comunicación maneja, es simple poder cumplir con la labor y realizar a profundidad y con tranquilidad la cobertura. Mientras que del lado del espectador, las redes sociales permiten recibir las notificaciones del momento de inicio de una transmisión en vivo, por lo que no va a pasar desapercibida dicha cobertura y por el contrario, la conectividad descrita, se comprueba.

Esto hace además que las personas con su interacción y la inclusión de poder estar comentando, y aportando a la cobertura periodística del hecho, genere proximidad. Este término, promovido por los propios comunicadores, deja claro que el presente del trabajo de cada medio de comunicación está expuesto a las personas al mismo momento que este, esté haciendo su debida labor. Es decir, ya no es periodista y periodista en una comunicación única, sino que la comunicación actual está a dos vías y la mejor forma de tener proximidad e interacción para un mejor impacto, es contar con esta comunicación bilateral que las transmisiones en vivo por Facebook Live permite.

Es la propia interacción de la mano con la inmediatez y la autenticidad que el video en vivo por medio de redes sociales produce, que en la actualidad el término de primicia, no exista. En la cobertura periodística definida por Martínez de Sousa (1992), como la “vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada” (p. 86), era la primicia el producto a conseguir en las salas de redacción de cada medio de comunicación. La digitalización erradica este término y lo transforma a la nueva era digital.

Este es un tema que al respaldar con las declaraciones de los profesionales en comunicación con amplia experiencia, parece estar claro en el periodismo actual. La concordancia de cada uno lleva a la contextualización de la nueva manera de ver una “primicia”. Las redes sociales permiten que la información esté, y al mismo tiempo puede ser emitida por diferentes medios de comunicación; sin embargo, la validez o los elementos claves para que este mensaje sea recibido, nacen en la credibilidad y la visibilidad que cada medio tenga. Por ello la transmisión en vivo y su facilidad para la profundización sin un tiempo límite para una cobertura periodística, le da un nuevo contexto a lo que sí se podría llamar como exclusiva, y que además llega a depender del manejo que se realice de la información.

Con esta mención, se retoma la teoría Framing en su tercer nivel, donde la recepción y los efectos son los protagonistas. Es decir, el comunicador con su responsabilidad y el espectador con su exigencia. Quien tenga un mejor manejo de la información por medio de un Facebook Live, involucrando cada uno de los aspectos que genera impacto para ambas partes de la comunicación bilateral, será el que reciba un mejor resultado redituable a corto plazo.

Mientras que el caso del espectador, la ventaja inicia en la variedad de opciones para informarse de sus temas de interés. Añadido a esto, la forma simple y rápida de ser parte del hecho, todo al alcance de la mano y con la inmediatez de tener todo al momento. Sin embargo, la tarea que el público y la misma tecnología da con sus avances acelerados, recaen sobre el medio y el comunicador.

Dicho esto, se puede describir el impacto actual y marcar el futuro que las transmisiones en vivo por Facebook Live van a generar para el periodismo a través de la audiencia y la tecnología. Esto dividido en tres variables que se desglosan en elementos y factores que son importantes en la comunicación actual. Se habla de la credibilidad, profesionalización y la integridad del periodista.

La recepción y percepción de la audiencia con las transmisiones en vivo por Facebook en la cobertura futbolística, tiene los retos marcados para los periodistas y medios de comunicación. Reuniendo lo desarrollado con los resultados de la investigación y el análisis respectivo, la credibilidad juega uno de los papeles claves para que la digitalización tenga éxito e impacto.

Por años de experiencia o por la manera de trabajar de cada periodista, es la que automáticamente le da al medio de comunicación el acceso a cada usuario que sigue las transmisiones en vivo y el contenido diario. La actualidad costarricense en el ámbito del periodismo deportivo sostiene una competencia amplia, así como una variedad de opciones entre medios para el público. Es por ello que la credibilidad bajo presencia y trabajo toma fuerza en la cobertura periodística.

El trabajo para conseguir esto es depende de la inversión en los recursos necesarios para aplicar adecuadamente la herramienta. El estar presente en cada evento deportivo y dar un contenido de calidad es el primer paso. Seguido de esto y con la misma importancia, vienen los recursos con los que se cuente para poder llevar a cabo una transmisión en vivo, como lo es el internet, que generarán el audio y video apropiado para la cobertura.

Conforme avanza la digitalización en las transmisiones en vivo, y la tecnología se encarga de poner más herramientas y elementos al periodista en pro de su labor y de la comunicación en general, la profesionalización del Facebook Live aumenta y ya pauta los retos para actuar de ahora en adelante. De paso la exigencia del público también incrementa al exponerse las nuevas formas que las plataformas digitales permiten.

El Facebook Live es la nueva televisión, es el nuevo canal de información futbolística que toda persona tiene a la mano para darle seguimiento al tema de su interés. En la actualidad, la tecnología permite contar con sistemas que convierten una transmisión en vivo por Facebook que inició con un teléfono inteligente, a una producción como si fuese en televisión. Un programa con mejor calidad de contenido, inmediatez, accesibilidad, tiempos limitados y no menos importante, cercanía e incursión del público, es posible por medio de lo mencionado.

Ante esta oportunidad que cada medio de comunicación y periodista cuenta en la actualidad, es que el contenido periodístico más allá de un saco y una corbata en el periodista, y un escenario modificado y que resalte, toma control del manejo de la información, de la

forma en la que el mensaje es enviado y de la participación que el espectador tenga. En el mismo momento de una transmisión en vivo con dos periodistas, puede sostenerse con la interacción de la audiencia y dar un mejor producto que quedará y no se extinguirá.

Por esto es que al lado de la profesionalización y la búsqueda constante de cada medio y periodista por mejorar el contenido de la cobertura periodística, está el reforzarse en cada ámbito de la comunicación actual, que es la digital. El mercado exige una integridad completa del periodista.

En lo hallado y contrastado con la teoría de digitalización de los medios de comunicación, así como del periodista digital, es que la investigación arroja la a incursión del periodista integral. Ya no basta con saber escribir bajo las reglas de una pirámide invertida, sino que el periodista debe conocer el manejo ante las cámaras, de una manera diferente, naturalidad y auténtica, eso sí. Además de esto, el manejo de redes sociales y de herramientas de audio y video, son esenciales para cumplir con los estándares de un periodista integral, un periodista que las transmisiones en vivo, por Facebook Live, exigen.

El futuro en la comunicación son las redes sociales y en la cobertura el Facebook Live, por lo que queda a la decisión de cada aspirante a la comunicación y al éxito en el área, a desempeñarse y crear diferenciación con el camino de las tendencias que marque la tecnología y la digitalización.

El futuro del periodismo está en el ambiente digital, mientras que el de la cobertura informativa está en el Facebook Live. A través de variables y sus diferentes aristas, se contextualiza y describe cada uno de los elementos y factores que influyen al alto impacto que las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo de Yashin Quesada, y en general, en el contenido periodístico en la actualidad. Esta es una muestra del ahora y del reto de un futuro próximo que la comunicación tiene que enfrentar.

La digitalización de las transmisiones en vivo es un proceso que no ha finalizado, por el contrario toma fuerza y se encamina a posesionarse como la plataforma más definida por una comunidad, y más completa a nivel periodístico; ello genera un impacto que es poco medible con números, sino más bien por cada detalle que se vaya produciendo con el avance de las tecnologías y las redes sociales.

Otro gran impacto se da en la publicidad, un tema favorable para los medios de comunicación que se mantienen por medio de patrocinios y alianzas. El impacto y alcance de una transmisión en vivo por Facebook, también incluye en la actualidad a los departamentos de mercadeo de marcas. Aún no tan marcado hasta el momento, la publicidad comienza a ser un factor importante en las transmisiones en vivo por Facebook Live. Las marcas cuentan con ventaja de poder llegar a un público meta en específico y definido como el que ya tienen los medios de comunicación y que al ser en un ambiente deportivo donde el fútbol es su primer fuente de información, es aún más llamativo para las empresas.

María José Cubero, como periodista y asesora de comunicación conoce a profundidad el tema de publicidad digital. En su entrevista vía telefónica, ya que vive fuera de Costa Rica, comenta que: “ya estamos viendo las marcas comerciales acercándose a las transmisiones en vivo, cuando antes decíamos, quién va a patrocinar transmisiones, no nos cabía en la cabeza ese tipo de cosas, ya que las marcas también se empiezan a acercar evidentemente están los temas publicitarios, lo que tengo detrás de poder hacer apoyo con los patrocinadores que tenga” (Cubero, entrevista).

Este es uno de los principales impactos que tiene la digitalización e implementación de las transmisiones en vivo para la experta en comunicación, lo cual es una puerta que recién se comienza a abrir para los medios de comunicación.

La digitalización marca un antes y un después, que seguirá evolucionando y tomando el primer lugar como herramienta periodística para generar productos de contenido de calidad y de diferencia en el mercado de la comunicación deportiva actual en Costa Rica.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Corresponde finalizar la investigación con el presente capítulo de conclusiones y recomendaciones, de un estudio que revela y contextualiza una de las realidades más llamativas y protagonistas de la cobertura futbolística en la actualidad. Con las limitaciones de la poca literatura a fondo de la herramienta de la digitalización de las transmisiones en vivo y en directo a través del Facebook Live, tal y como se estableció al inicio de la investigación, se responde a los objetivos planteados y se destaca la importancia del estudio para el presente y futuro del periodismo digital y en general.

Conclusiones

Correspondiente al objetivo general de la investigación: Analizar el impacto de la digitalización a través del Facebook Live en las transmisiones futbolísticas en vivo y en directo de YashinQuesada.com en el contenido periodístico, durante el segundo cuatrimestre de 2017, se concluye que:

- El flujo y tráfico de un medio de comunicación ya no tiene una sola vía de medición. Las redes sociales generan impactos mayores en la comunicación de los mensajes, principalmente con el video en vivo por Facebook y las ventajas y facilidades que para el medio y periodista, como para la audiencia, tiene consigo. Las herramientas a través de las redes sociales son una de las principales armas para los periodistas.
- El medio de comunicación Yashin Quesada tiene un alto impacto y una amplia ventaja ganada, gracias a la implementación de las transmisiones en vivo desde el inicio de la digitalización de la misma y la visión de los encargados. Está posesionado como un medio referente por la implementación de las nuevas herramientas tendencia que tiene el periodismo.
- La inmediatez es una de las principales variables que tiene la digitalización de transmisiones en vivo y en directo por Facebook. Como resultado de esto, es el alto impacto que genera en cada cobertura, y la competencia que produce para los medios convencionales.
- El protocolo que los medios convencionales posesionaron en el periodismo finalizó, y abrió la oportunidad de poder producir un contenido con naturalidad y autenticidad

que le da una fluidez y un nuevo aire a la comunicación y la cobertura correspondiente de la información.

- La interacción de las personas en vivo en el mismo momento en el cual la cobertura periodística se realiza, es uno de los principales elementos que han transformado el contenido periodístico. A su vez colabora con el enfoque y la estructura que se da por medio de la digitalización general de los medios de comunicación.
- La presencia de los medios de comunicación sin importar el lugar, la hora y la extensión, es el futuro de la cobertura deportiva.
- Las redes sociales toman con más fuerza como el medio clave y protagonista de la difusión de la información con la inclusión del video en vivo, propagando el alcance e impacto de un medio con el público.
- Los medios de comunicación como principales generadores de opinión, cuentan con la oportunidad tener una relación de proximidad y fidelidad con las personas por medio de la conectividad que ofrecen los medios digitales y la tecnología.
- Se elimina el término por completo de primicia, ante los nuevos recursos y métodos de manejo de la noticia que tienen las redes sociales y la transmisión en vivo por Facebook.
- El medio de comunicación Yashin Quesada cuenta con alta credibilidad en el ámbito deportivo y toma ventaja de la mano de la digitalización de las transmisiones en vivo, y es un referente en la aplicación de la herramienta.
- Tanto a Yashin Quesada como a los medios deportivos en general de Costa Rica, se les exige un mejor contenido y manejo de emisión del mensaje, con los recursos que las herramientas digitales ponen al servicio de los profesionales.
- Los medios de comunicación están inmersos a profesionalizarse para no ser carcomidos por la digitalización.
- El mercado exige a un periodista integral que reúna todas las necesidades digitales que manejan los medios de comunicación.
- La publicidad y el mercadeo digital comienza a familiarizarse con las transmisiones en vivo y ven en ellas, una nueva oportunidad poco forzada y más natural para comercializar los intereses de su marca.

Recomendaciones

Se ha llegado al cierre total de la investigación, de la cual emergen una serie de recomendaciones sobre el tema que involucra a la comunidad de periodistas para la incursión dentro de la digitalización de las transmisiones en vivo por Facebook Live. Las recomendaciones son:

- Se deben mejorar los recursos de los medios de comunicación para generar un flujo y tráfico adecuado en las transmisiones en vivo por redes sociales y por ende un impacto mayor al público.
- Se debe trabajar el contenido diferenciado y a profundidad de los temas deportivos haciendo uso del Facebook Live y la libertad de tiempo que se cuenta para ello con la herramienta.
- Los medios de comunicación debe ponerse al corte de los que ya tomaron partida de la digitalización de las transmisiones en vivo para no quedar por fuera de la tendencia que marca el futuro de lo que será la cobertura futbolística en Costa Rica.
- Se debe tomar como tarea el comunicador y medio, las maneras en las que la audiencia siga siendo uno de los principales protagonistas de cada transmisión en vivo.
- Tanto el medio de comunicación como el periodista, deben actualizarse constantemente de las nuevas herramientas y tendencias digitales que avanzan de manera acelerada.
- El periodista debe ampliar sus habilidades y su conocimiento para cumplir y entrar en los estándares que el mercado del periodismo exige en la actualidad y lo hará con mayor fuerza a partir de un corto plazo.
- Por último, es importante que las universidades tomen en consideración la formalización del ejercicio de las transmisiones en vivo digitales como lo es el Facebook Live. Actualmente, quienes hacen uso de esta herramienta han tenido que emplearse y aplicarse sin una escolaridad formal que con una reforma a los planes de estudio de periodismo en base a la digitalización de las transmisiones en vivo. Los expertos en los nuevos formatos digitales, deben formar a las futuras generaciones, tal y como se hacen con los medios convencionales.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. (2011) Introducción al Análisis de Redes Sociales [PDF] Recuperado de: <http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/files/J.%20Aguirre.%20Introducci%F3n%20al%20An%20E1lisis%20de%20Redes%20Sociales.pdf>
- Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados: Revista de Comunicación Vol 1. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2002/Art006-32.pdf>.
- Andrés, M. (2015) Todo lo que necesitas saber sobre el alcance orgánico en Facebook. Recuperado de: <http://elefanteenlared.com/alcance-organico-facebook/>
- Aznar, H. (1997). El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo: Subproyecto de Investigación Coordinado del Centro de Ciencias de la Información CEU, 125-144.
- Bertolotti, P. (2009) Conceptos básicos comunicación digital. Recuperado de: <http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4>
- Campos, F. (2008): Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales [PDF] Recuperado de <http://bit.ly/2sYSTiE>.
- Campos, M, Claudia y Quijano, R. (2016). Utilización de las redes sociales Facebook y Twitter en las rutinas de producción periodística de la Prensa gráfica, Gentevé Noticias, Noticiero Radio Nacional, ElEspectador.com entre marzo y mayo de 2016. [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2uLyUB9>
- Cervera, M., Chan, M., Guàrdia, L. y Ibàñez, J. (2013). Conceptualización de materiales multimedia. Fundación para la Universidad Abierta de Catalunya. Recuperado en: <http://bit.ly/2zvHVkZ>
- Cerviño, B. (2013) “El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas” [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2Bx7odt>
- Crucianelli, S. (2013) Herramientas digitales para periodistas. Segunda edición. [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/1gw5fla>
- El Financiero (2017) “Estudio que detalla el uso que hacen los costarricenses de internet y redes sociales”. Recuperado de: <http://bit.ly/2jfpEBo>
- El Mundo en Español. (2016). ¿Cómo Funciona la Aplicación (App) Periscope? Recuperado de: <http://www.elmundo.es/happy-fm/2016/03/10/56e06764ca4741c5718b45d6.html>
- Espinoza, J. (2013). Hacia una nueva epistemología del periodismo político: periodismo político en las redes sociales. Recuperado de: <http://bit.ly/2t8khGa>

- Facebook adelanta a la Prensa como primera fuente de noticias. (2017) Recuperado del sitio web Reason Why: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/social-media/facebook-adelanta-la-prensa-como-primer-fuente-de-noticias-2017-06-23>
- Facebook Live (2016) Recuperado de: <https://live.fb.com/about/>
- Franco, G. (2009) El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe.
- Gresham, T. (s.f.). El propósito de Facebook. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/proposito-facebook-info_514917/
- Gronemeyer, M. (2013) La digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en Chile. Recuperado de: <http://bit.ly/2BJjz7O>
- Gómez, G. (2007) La radio y la televisión en la era digital oportunidades, desafíos y propuestas para garantizar la diversidad y el pluralismo en los medios [PDF] Recuperado de <http://bit.ly/2zsFNKK>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. [PDF]
- IAB Reseach Spain. V Estudio anual de Redes Sociales (abril 2014) [PDF] Recuperado de: <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versi%C3%B3n-reducida.pdf>
- Jiménez, L. (2008). Los medios emergentes y las nuevas tecnologías. La realidad aumentada en la comunicación de marcas. Recuperado de: <http://bit.ly/2rxtqYY>
- Jódar, J. (2010) La Era Digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/1oj0w6E>
- Knight Center for Journalism in the Americas. (s.f.) Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la web. [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2hgWz7e>
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. [PDF] Recuperado de: <http://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares>
- Martínez, J. (1992). Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. Madrid: Paraninfo.
- Marín, J. (2014). Deporte y medios en la era digital [Reseña de] Digital Media Sport. Technology, Power and Culture in the Network Society. [PDF] Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/57153>
- Mercadonegro.pe (2017) Facebook Live, una nueva era para los medios de comunicación. Recuperado de: <http://bit.ly/2rY44X2>

- Mingorance, Jerónimo (2015) Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en 'Andalucía directo' de Canal Sur TV. [PDF] Recuperado de <http://bit.ly/2hSE7pn>
- Mioli, T, y Nafría, I. (2017) Periodismo innovador en América Latina. [PDF] Recuperado de: <https://knightcenter.utexas.edu/books/PeriodismoinnovadorenAmericaLatina.pdf>
- Molina, J. (2009) Periodismo deportivo 3.0. [PDF] Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>
- Moragas, M. (2007) Comunicación y deporte en la era digital. [PDF] Recuperado de http://olympicstudies.uab.es/2010/docs/wp107_spa.pdf
- Orozco, H. (2008) La digitalización del periodismo: El ciberperiodismo como una nueva demanda de carácter formativo, Revista TEXTOS de la CiberSociedad.
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23. Ed) Consultado en <http://dle.rae.es/?id=SdXSbMM>
- Revista digital Mercado Negro (2017) Recuperado de <http://bit.ly/2rY44X2>. Consultado el 6 de junio de 2017.
- Rivera, D y Yaguache, J. (2010) Perfil del periodista local en la era digital y su integración en las redes sociales. Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010. [PDF]
- Rodríguez, A. (2014): La comunicación en vivo: eventos y visibilidad, clave en las organizaciones. Historia y Comunicación Social. [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2ARk9D6>
- Rojas, J. (2014) “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro” [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2sZ6TZP>
- Rojas, N. (2013) “Propuesta de revista digital multimedia para la difusión de deportes alternativos” [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2sZ8Rta>
- Salaverría, R. (2011) Redacción periodística en internet. Recuperado de: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/34331>
- Salaverría, R. (2016) “Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades” Recuperado de: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/479/
- Saperas, E. (2008) El estudio del formato como estrategia de desarrollo de las teorías del enfoque (framing, priming y agenda setting). Recuperado en: <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/342.pdf>

Vindas, L. (2010) “Revistas de Costa Rica de cara a la digitalización: El caso de “Perfil y EKA Empresarial” [PDF] Recuperado de: <http://bit.ly/2sYy07g>

APÉNDICES

Apéndice A: Entrevista a profundidad

La presente es una entrevista a profundidad que tiene como objetivo recaudar información para el trabajo final de graduación titulado: Impacto de la digitalización en las transmisiones en vivo y en directo de Yashin Quesada y el contenido periodístico.

A continuación se presentan una serie de preguntas abiertas en las cuales **no existe un límite de palabras o caracteres**, con el fin de conocer a profundidad su criterio sobre lo consultado.

Nombre:
Puesto:
Grado académico:
Años de experiencia:

1. Desde tu conocimiento y experiencia, ¿cómo puede contextualizar las transmisiones en vivo digitales?, tomando en cuenta la transformación que usted vivió.
2. ¿Qué análisis hace de las transmisiones en vivo a través de Facebook?
3. ¿Cómo recibió la digitalización de las transmisiones en vivo, usted que cuenta con experiencia en la forma tradicional?
4. ¿Qué diferencias podría puntualizar con respecto a las transmisiones en vivo, tanto radiales como televisivas?
5. Ahora bien, ¿qué aportan las transmisiones en vivo a través de las redes sociales a la cobertura deportiva general, así como a la futbolística en Costa Rica?
6. ¿Cree que exista actualmente **tendencia de “continuidad”** debido al aporte que las transmisiones en vivo dan al mantener siempre una conectividad entre el medio de comunicación y las personas? ¿Sí o no y por qué? De ser un sí, ¿podría ampliar la respuesta con una contextualización para tendencia de “continuidad”?
7. Cree que las transmisiones en vivo a través de Facebook Live, al poder realizarse en cualquier espacio y momento, eliminan la denominada ‘primicia’? ¿Por qué?

8. Con todo lo que esta nueva herramienta genera, ¿qué impacto cree que las transmisiones en vivo a través de Facebook Live tenga para el receptor?

9. En base a su conocimiento y experiencia, ¿cómo ve el futuro de las transmisiones en vivo a través de Facebook Live?, y ¿qué retos podría traerle a los periodistas y medios de comunicación?

Apéndice B: Entrevista semiestructurada

La presente es una entrevista a profundidad que tiene como objetivo recaudar información para el trabajo final de graduación titulado: Impacto de la digitalización en las transmisiones en vivo y en directo de Yashin Quesada y el contenido periodístico.

A continuación se presentan una serie de preguntas abiertas en las cuales **no existe un límite de palabras o caracteres**, con el fin de conocer a profundidad su criterio sobre lo consultado.

Nombre:
Puesto:
Grado académico:
Años de experiencia:

1. Desde tu conocimiento y experiencia, ¿cómo puede contextualizar las transmisiones en vivo digitales?, tomando en cuenta la transformación que usted vivió.

2. ¿Qué aportan las transmisiones en vivo a través de las redes sociales a la cobertura deportiva general, así como a la futbolística en Costa Rica?

3. ¿Conoce medios digitales en Costa Rica que ya hayan implementado el Facebook Live para las coberturas de fútbol? ¿Cuáles y qué le han parecido?

4. Si ha tenido experiencia en coberturas futbolísticas a través de Facebook Live, ¿cómo han sido y cómo podría describir esta experiencia y nueva manera que ofrecen las redes sociales para el trabajo periodístico?

5. ¿Cómo ves la respuesta o la recepción de los seguidores con la implementación de las transmisiones en vivo para la cobertura de fútbol en Costa Rica en los medios de comunicación digitales?
6. Como periodista deportivo con tiempo en el área digital, ¿cómo podrías definir **tendencia de “continuidad”**?
7. ¿Qué impacto tuvo en la cobertura periodística futbolística en Costa Rica, las transmisiones en vivo a través de Facebook Live?
8. En base a su conocimiento y experiencia, ¿cómo ve el futuro de las transmisiones en vivo a través de Facebook Live, y qué retos podría traerle a los periodistas y medios de comunicación?

Apéndice C: Análisis de contenido digital

Análisis de contenido digital: Transmisiones en vivo de YashinQuesada.com

El presente análisis de contenido tiene como objetivo recaudar información para el trabajo final de graduación titulado: Impacto de la digitalización en las transmisiones en vivo y en directo de Yashin Quesada y el contenido periodístico.

En base a la selección ya realizada, se presentan las diferentes categorías y sub categorías para el análisis de contenido de las transmisiones en vivo por medio de Facebook del medio de comunicación digital Yashin Quesada.

Nombre de la transmisión:
Fecha:
Enlace:
Duración de la transmisión:
Temas de contenido de la transmisión:

Total de reproducciones:

Viralidad (compartidas):

Total de comentarios:

Alcance orgánico:

Tipo de comentarios

Positivos:

Negativos:

Ejemplos:

Ej 1:

Ej 2:

Tipo de espectadores:

Identificación clara:

Identificación dudosa:

Género de espectadores:

Mayor interacción:

Contenido de la transmisión:

Manera de interacción con el público:

Importancia del o los temas:

Comentario adicional:

Apéndice D: Grupo focal

Grupo focalizado

Impacto de la digitalización en las transmisiones en vivo y en directo de Yashin Quesada y el contenido periodístico.

Tipo de estudio: Cualitativo / teoría fundamentada.

Instrumento metodológico: Grupo focalizado en sesión de trabajo presencial.

Objetivo: Evaluar el comportamiento, recepción y exigencia de los seguidores de medios deportivos digitales en las transmisiones en vivo y en directo del Facebook Live de Yashin Quesada del segundo cuatrimestre de 2017.

Indicaciones generales:

- a. Sus voces serán grabadas para los efectos académicos conocidos. Se tomarán apuntes de lo que digan.
- b. Todos han firmado el consentimiento informado.
- c. Todo lo dicho acá será usado exclusivamente para la investigación.
- d. Con solo uno que no desee que se utilice su nombre real, se utilizarán pseudónimos para proteger la identidad de todos.
- e. Uno a uno, deben aceptar verbalmente su anuencia a ser grabados y mencionados.
- f. Para mantener el orden y la coherencia en la grabación, cuando respondan, digan el nombre y seguida la respuesta.

ETAPA I: INTRODUCCIÓN

1. Transmisiones en vivo por medio de redes sociales.

Comencemos hablando de las transmisiones en vivo a través de redes sociales, en especial las de Facebook: ¿Sigue usted transmisiones en vivo por Facebook cuando los temas son deportes? ¿Cuáles medios de comunicación digitales en Costa Rica conoce que realicen transmisiones en vivo para sus coberturas?, ¿Qué análisis u opinión le genera la manera de realizar las transmisiones en vivo por Facebook Live?. Por último, ¿cuánto tiempo aproximado puede escuchar/ver una transmisión en vivo por Facebook?

2. Muestra de la investigación

¿Ha visto alguna vez las transmisiones en vivo por Facebook de Yashin Quesada?, ¿qué le parecen?, ¿Es Yashin Quesada uno de los medios deportivos que mejor manejan las transmisiones en vivo, tanto en programas como hechos noticiosos, y por qué? ¿Qué sugeriría cambiar con respecto a contenido y manejo en las transmisiones mencionadas?

3. Retos para el periodista y medios de comunicación.

Usted como receptor, si tuviera la oportunidad de realizar una transmisión en vivo por Facebook en la cobertura futbolística de Costa Rica, ¿cómo la desarrollaría?

EJERCICIO PRÁCTICO: Visualización de una transmisión en vivo de Yashin Quesada de Facebook con temas futbolísticos en un lapso de 5 a 10 minutos. Esto con el objetivo de tomar anotaciones de los comportamientos, la recepción y comentarios de los seguidores durante la transmisión.

A las __:__ del __ de abril de 2017, cerramos el grupo focal.

¡Muchas gracias por su participación!

Nombre o pseudónimo (uso investigativo)	Correo electrónico