

Universidad Internacional de las Américas

Facultad de Periodismo

Grado académico: Bachillerato

**Análisis de la cobertura de TDMás durante el torneo
de clausura del fútbol femenino 2024**

Nicole Paola Segura Zúñiga

San José, enero, 2024

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	2
Introducción	4
Capítulo I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA	7
Pregunta de investigación.....	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos.....	9
Hipótesis de la investigación	9
Proyecciones	10
Justificación.....	12
Antecedentes.....	14
Antecedentes históricos	15
Fútbol Femenino.....	16
TDMás.....	17
Torneo Clausura 2024 Femenina de Costa Rica.....	18
Antecedentes de investigación	19
Antecedentes nacionales.....	19
Antecedentes internacionales	21
Capítulo II. MARCO REFERENCIAL	24
Cobertura periodística.....	24
Enfoque periodístico.....	26
Elementos narrativos	26
Temas destacados	27
Comunicación.....	28
Periodismo	29
Noticias.....	30
Periodismo televisivo	31
Periodismo deportivo.....	32
Medios de comunicación	33
Facebook.....	33
Redes Sociales	34
Estereotipos	35

Capítulo III. MARCO METODOLÓGICO	37
Tipo de Diseño.....	37
Tipo de investigación.....	39
Fuentes de información	40
Criterios de selección de muestra	41
Cuadro No.1	43
Fuentes primarias.....	43
Fuentes secundarias	44
Corpus Discursivo	45
Tipo de muestreo	46
Fase de recolección de información	47
Operacionalización de variables.....	53
Cronograma de trabajo	56
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	57
Conclusiones.....	94
Recomendaciones	102
Referencias Bibliográficas.....	104
Anexos.....	113
Anexo I. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad.....	113
Anexo II. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad	122
Anexo III. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad....	127
Anexo III. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad....	131
Ilustración 1. Encuentros transmitidos Sporting y Deportivo Saprissa	66
Ilustración 2. Transmisiones TDMás Periodista en chancha.	67
Ilustración 3. Transmisiones TDMás Clásicos Femeninos.....	68
Ilustración 4. Programa de visibilización por parte de TDMás a las jugadoras.	69
Ilustración 5: Cobertura de TDMás	79
Ilustración 6: Gráfico de la cobertura de TDMás	80
Ilustración 7: Programa de Adriana Hernández de TDMás.....	81
Ilustración 8 : Transmisiones por Facebook de TDMás	91
Ilustración 9 : Posteos de TDMás en Facebook	92
Ilustración 10: Transmisión de TDMás por medio de Facebook.....	93

Introducción

La presente investigación surge del interés por analizar la cobertura periodística que el canal deportivo TDMás brindó al fútbol femenino durante el Torneo de Clausura 2024 en Costa Rica.

La selección de este tema responde a una necesidad urgente de evaluar el rol de los medios de comunicación en la visibilización del deporte femenino, en un contexto donde la equidad de género aún está lejos de consolidarse en el ámbito deportivo y mediático.

TDMás, como uno de los principales medios televisivos especializados en deportes del país, cumple un papel fundamental en torno al deporte. Su línea editorial, el tiempo que dedica a cada disciplina, por lo que el abordaje informativo influye en la percepción pública y en la proyección del fútbol femenino a nivel nacional.

La investigación se enfoca específicamente en el Torneo de Clausura 2024, un periodo caracterizado por contrastes, mientras las futbolistas demostraron un nivel competitivo alto y un compromiso profesional evidente, la cobertura mediática continuó siendo limitada, desigual y marcada por brechas de género evidentes.

Se observaron obstáculos como la escasa transmisión de partidos, la cobertura marginal en programas deportivos, la falta de análisis profundo sobre los encuentros y los estereotipos en el deporte femenino.

Este estudio pretende identificar los patrones de cobertura utilizados por TDMás en relación con el fútbol femenino, analizando elementos clave como el enfoque editorial, el tiempo de exposición de TDMás en el Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino, los recursos visuales en imágenes de las transmisiones de los programas dedicados al fútbol femenino, elementos narrativos empleados con frases de programas y narraciones. Además, busca evidenciar las oportunidades y desafíos que enfrentan los medios de comunicación en la representación equitativa de este deporte.

Los hallazgos obtenidos contribuirán a la discusión de la cobertura periodística y así ayudará a fomentar una mayor visibilidad y reconocimiento de las futbolistas en los medios de comunicación.

El fútbol femenino ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, reflejado en el aumento de su nivel competitivo, la profesionalización de las ligas y la mayor participación de jugadoras en torneos nacionales e internacionales.

Sin embargo, su cobertura en los medios de comunicación sigue siendo un tema de debate, ya que persisten desigualdades significativas en comparación con el fútbol masculino.

A pesar de los avances logrados, la visibilidad mediática del fútbol femenino continúa siendo limitada y aún enfrenta múltiples desafíos que dificultan su consolidación como una disciplina con igualdad de condiciones frente al fútbol masculino.

El Torneo de Clausura 2024 fue una prueba clara de ello, ya que las jugadoras debieron afrontar condiciones adversas tanto dentro como fuera del terreno de juego; falta de apoyo económico, infraestructura limitada, pocas oportunidades de transmisión, fueron solo algunos de los obstáculos que marcaron la competencia, evidenciando las dificultades que siguen enfrentando las futbolistas en el país.

Para contextualizar este análisis, se parte de antecedentes históricos y académicos que permiten comprender la evolución del fútbol femenino a nivel nacional e internacional. A nivel global, Europa se ha posicionado como la región con mayor crecimiento en este deporte. Como menciona Gonzales (2019), *“el continente europeo es considerado la cuna del fútbol femenino, ya que es donde más se ha globalizado y ha tenido un crecimiento constante en términos de juego, ganancias económicas y reconocimiento para las jugadoras”*.

En el ámbito nacional, se retoman investigaciones previas, como el trabajo final de graduación *“análisis de los puntos de crecimiento de la exposición del fútbol femenino de primera división costarricense en TD+ y FUTV, según periodistas deportivos, en el segundo semestre del 2022”*, que sirve como punto de partida para esta tesis y aporta una base comparativa sobre el comportamiento mediático hacia el fútbol femenino.

El presente trabajo se estructura en cinco capítulos, cada uno con objetivos y enfoques específicos:

Capítulo I Introducción: Se expone la justificación del estudio, el objeto de análisis, el periodo de observación, los antecedentes históricos y académicos, así como

una visión general de las partes que componen el trabajo. Además, se reflexiona sobre la situación actual del fútbol femenino en el país y los retos que enfrenta en términos de visibilidad mediática.

Capítulo II Marco Referencial: Este apartado aborda los conceptos teóricos clave que sustentan la investigación, los estudios de género en medios, la representación mediática del deporte y la comunicación deportiva.

Capítulo III Marco Metodológico: Se describe el enfoque metodológico adoptado, que corresponde a un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo. Se detallan las técnicas utilizadas, la muestra seleccionada, las categorías de análisis y los criterios de observación. También se justifica la elección del canal y el periodo estudiado.

Capítulo IV Análisis de Resultados: En este capítulo se presentan los hallazgos del estudio, con un examen detallado de los contenidos difundidos por TDMás sobre fútbol femenino durante el Torneo de Clausura 2024.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones: Finalmente, se sintetizan los principales hallazgos, se reflexiona sobre las implicaciones de estos en la lucha por una cobertura mediática más equitativa y se proponen recomendaciones concretas para mejorar la representación del fútbol femenino en los medios costarricenses.

Esta tesis no solo pretende contribuir al campo académico de la comunicación y los estudios de género, sino también abrir un espacio de reflexión sobre la responsabilidad social de los medios en la promoción de una cultura deportiva más justa e inclusiva y la valorización del fútbol femenino y cuáles son los desafíos aún presentes en el camino hacia la igualdad en el deporte.

Capítulo I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA

A lo largo del tiempo, el fútbol femenino ha experimentado un notable crecimiento a nivel mundial, tanto en términos de profesionalización como en visibilidad mediática. Torneos como la Copa Mundial Femenina de la FIFA, la UEFA Women's Champions League o ligas como la NWSL en Estados Unidos y la Liga F en España, han demostrado un aumento significativo en la asistencia a los estadios, los contratos televisivos y el interés del público.

Según datos de la FIFA (2023), la Copa Mundial Femenina 2023 atrajo a más de 1.9 millones de espectadores en los estadios y más de 2 mil millones de visualizaciones a nivel global, lo que representó un récord histórico para el fútbol femenino.

Sin embargo, pese a estos avances, aún persisten barreras significativas en cuanto a la cobertura mediática y la equidad con respecto al fútbol masculino. La escasa visibilidad en los medios es uno de los principales obstáculos para su consolidación.

Bruce (2016) sostiene que "los medios deportivos aún representan al deporte como una actividad predominantemente masculina, relegando a las mujeres a una cobertura marginal o estereotipada. Esta situación no solo limita el desarrollo profesional de las futbolistas, sino que también perpetúa imaginarios sociales que desvalorizan su participación" (párr.2).

En ese sentido, Saraí Ramírez (2017) explica que la inequidad en el deporte tiene raíces profundas en los estereotipos de género:

"El camino de la mujer en el deporte es muy difícil, es un espacio en el que también existe desigualdad de género" "La inequidad en el deporte se debe a los estereotipos: el hombre es considerado rudo, viril y fuerte, por lo que encaja bien; mientras que la mujer al ser vista como sumisa, delicada y frágil, no debe practicar deportes" (párr. 7-8).

Según Kane, LaVoi y Fink (2013) afirman que "el tipo, la cantidad y la calidad de la cobertura mediática sobre mujeres atletas influyen directamente en la legitimidad que se les otorga dentro del mundo deportivo" (p. 269).

Esto indica que los medios no solo informan, sino que construyen narrativas que pueden potenciar o limitar el progreso de las disciplinas femeninas.

En el caso de nuestro fútbol nacional, el canal TDMás ha sido uno de los principales medios televisivos especializados en deportes, y tiene una influencia significativa en la percepción pública y en la visibilidad de las disciplinas deportivas. A pesar del crecimiento del fútbol femenino, las oportunidades de cobertura.

Según la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la UCR (2023), mediante un informe de la cobertura mediática del deporte en Costa Rica menciona que:

“El 78% del tiempo destinado al fútbol en televisión nacional corresponde al masculino, mientras que solo un 12% se dedica al femenino. Incluso canales especializados como TDMás reflejan esta tendencia, con una notable disparidad en transmisiones en vivo, resúmenes y análisis de partidos” (p.1).

En este contexto, surge la necesidad de analizar críticamente cómo TDMás aborda la cobertura del Torneo de Clausura del Fútbol Femenino 2024. El propósito de este estudio es identificar las dinámicas de representación mediática que inciden en la construcción social del fútbol femenino costarricense, así como los posibles sesgos que perpetúan una cobertura desigual.

La falta de respaldo mediático y las condiciones adversas a las que se enfrentan las futbolistas, como la falta de apoyo económico, la escasa infraestructura y las oportunidades limitadas para la transmisión de los partidos, son problemas persistentes que afectan el desarrollo y el reconocimiento de este deporte.

Según Hardin y Shain (2006), "la invisibilidad mediática de las mujeres en el deporte contribuye a reforzar su marginalidad y a limitar las oportunidades de desarrollo económico y profesional de las atletas" (p. 824).

Por lo tanto, estudiar este fenómeno no solo permite entender los desafíos estructurales del periodismo deportivo en Costa Rica, sino también visibilizar el rol que juegan los medios en la promoción de la equidad de género en el deporte.

Pregunta de investigación

¿Cómo aborda TD Más la cobertura periodística del torneo de clausura del fútbol femenino 2024?

Objetivos de investigación

A continuación, se presentarán el objetivo general y los objetivos específicos de la presente investigación.

Objetivo general

- Analizar la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS en el torneo de clausura 2024

Objetivos específicos

- Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.
- Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.
- Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

Hipótesis de la investigación

Una hipótesis es la posible solución al problema, es un enunciado en el que se busca describir o explicar los sucesos que no han sido confirmados dentro del estudio.

Se plantea que la cobertura periodística realizada por el canal TDMás durante el Torneo de Clausura del Fútbol Femenino 2024 se caracterizó por un enfoque predominantemente descriptivo y cuantitativo, centrado en la transmisión de resultados, estadísticas y datos generales sobre los partidos.

Este tipo de tratamiento informativo, aunque útil desde una perspectiva

informativa básica, habría dejado de lado componentes esenciales del periodismo deportivo como la narrativa emocional, el análisis estratégico y el contexto socio deportivo en el que se desarrolla el fútbol femenino costarricense.

Se cree que esta forma de cobertura obedeció a una estructura editorial estandarizada, replicada de los modelos tradicionales aplicados al fútbol masculino, sin considerar las particularidades y necesidades comunicativas del fútbol femenino como fenómeno social y deportivo en crecimiento.

En este sentido, se cree que la cobertura no fue del todo adecuada para responder a las necesidades de promoción, valorización y posicionamiento del fútbol femenino en los medios de comunicación, y la representación mediática justa de las mujeres en el deporte son demandas crecientes tanto del público como de las propias protagonistas.

La hipótesis sostiene, por tanto, que el tratamiento periodístico de TDMás contribuyó más a la reproducción de un modelo informativo básico que a la construcción de una narrativa profunda, integral y representativa del fútbol femenino durante el Torneo de Clausura 2024.

Proyecciones

Esta investigación busca aportar significativamente a la cobertura periodística del fútbol femenino costarricense mediante la divulgación de sus hallazgos. Se parte de la hipótesis de que el tratamiento mediático que ha recibido el fútbol femenino, específicamente en televisión, ha sido limitado, lo que ha obstaculizado su crecimiento y reconocimiento a nivel nacional.

Asimismo, se considera que ha existido una falta de continuidad en la cobertura, con visibilidad esporádica durante torneos o finales, pero sin un acompañamiento constante que permita consolidar una audiencia y construir una identidad sólida para la Liga Femenina.

La investigación evidenciará estas diferencias en la cobertura mediática, al tiempo que destacará los desafíos que enfrentan tanto los medios como los clubes femeninos, y propondrá oportunidades concretas para mejorar la representación de las mujeres en el deporte. En ese sentido, se considera que ha faltado una política editorial clara en los medios que promueva la equidad deportiva y fomente narrativa que dignifiquen la práctica del fútbol femenino.

Se brindará un análisis detallado sobre las condiciones de cobertura del fútbol femenino en televisión, lo que permitirá que los periodistas, directivos y demás actores

del ámbito deportivo comprendan mejor las brechas existentes y la importancia de reducirlas.

Se analizará el papel de TDMás como uno de los principales medios que ha asumido la transmisión del fútbol femenino. Se evaluará si su cobertura ha sido adecuada, si ha logrado posicionar al fútbol femenino en la agenda deportiva nacional y qué aspectos podrían mejorarse para construir una narrativa más equitativa y profesional.

Esta investigación se proyecta como un insumo valioso para futuras acciones de comunicación, formación de periodistas deportivos y toma de decisiones en medios, clubes y federaciones, con el fin de impulsar una cobertura que reconozca el valor del fútbol femenino y contribuya a su consolidación como una disciplina profesional, respetada y seguida por la audiencia costarricense.

Justificación

En Costa Rica, a pesar de los avances que ha logrado el deporte en los últimos años, las jugadoras aún enfrentan importantes desafíos que deben superar para alcanzar una verdadera equidad. El panorama no es positivo debido a múltiples desafíos y crisis que surgen en el fútbol femenino.

Al respecto, según datos de la FIFA se revela el número de jugadoras activas a nivel mundial:

“Con 19.064 jugadoras profesionales en todo el mundo, 3.9 millones de futbolistas federadas y 55.622 clubes femeninos, el fútbol femenino está viviendo un momento de expansión” (p.1).

De acuerdo con Ureña (2025), define el panorama del fútbol femenino:

“Sin embargo, en Costa Rica el panorama no es positivo, debido a múltiples desafíos y a una crisis en la liga profesional, donde varios equipos han decidido salir de la competencia (párr.2).

Según Taylor (2024) menciona la cifra de la cobertura de los medios tradicionales con respecto al fútbol femenino:

“Se encontró que solo el 4% de la cobertura deportiva en medios tradicionales a nivel mundial está dedicada al deporte femenino. Este dato ha sido comúnmente utilizado en los últimos años para resaltar la proporción de la cobertura mediática de los deportes femeninos en relación con el total. Al parecer, la cifra del 4% estaba creciendo de forma más constante de lo que mucha gente se imaginaba” (p.1).

La escogencia del tema se debe a que el fútbol femenino ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, tanto a nivel de competencia como en su visibilidad en los medios de comunicación.

No obstante, la cobertura mediática que recibe continúa siendo un tema de debate, ya que aún enfrenta desafíos para alcanzar una representación equitativa y constante en los espacios informativos.

En este contexto, analizar la cobertura periodística que el canal TDMás brinda al fútbol femenino durante el Torneo de Clausura 2024 permitirá comprender el nivel de exposición, el enfoque editorial y la calidad del contenido informativo que se brinda al fútbol femenino.

Este estudio es relevante porque permitirá identificar patrones de cobertura, posibles rezagos a nivel de cobertura, la cantidad de tiempo al aire dedicado y los aspectos narrativos con los que se aborda el fútbol femenino.

Por ello, esta investigación es importante a nivel social porque el fútbol femenino ha sido históricamente relegado en comparación con el masculino, tanto en inversión como en visibilidad mediática.

Desde una perspectiva social, una mayor y mejor cobertura mediática puede contribuir a la profesionalización del fútbol femenino, al atraer patrocinadores, generar mayor interés del público y fomentar la participación de nuevas generaciones de jugadoras.

Además, visibilizar el fútbol femenino de manera justa y equilibrada ayuda a promover la equidad de género en el deporte, desafiando normas tradicionales y generando un impacto positivo en la percepción y el reconocimiento del talento de las mujeres en este ámbito.

A nivel académico, esta investigación es relevante porque contribuye al estudio de la representación del fútbol femenino en los medios de comunicación, un campo que ha sido históricamente desbalanceado.

Es importante a nivel institucional porque permite evaluar el compromiso de los medios con una cobertura inclusiva en el deporte y su impacto en la visibilidad de las jugadoras y equipos, promoviendo una representación más justa y equilibrada.

Al respecto, Frisby (2017) menciona un estudio realizado por Scientific Research que menciona:

“La cosificación y el sexismo que sufren las mujeres en los medios de comunicación, y en particular las mujeres poderosas y las que ocupan puestos de liderazgo (como las que compiten en los Juegos Olímpicos), tienen graves consecuencias (párr.6).

Por otra parte, Toffoletti (2016) explica la escasez de la cobertura periodística en el deporte femenino:

“Los estudios sobre la cobertura mediática deportiva han encontrado desde sus inicios una escasa presencia femenina, puesto que las deportistas han llegado a estar excluidas o marginadas de los medios, especialmente en la cobertura informativa diaria” (parr.3).

A nivel personal, esta investigación es muy importante, ya que, al ser jugadora de la Primera División Femenina en Dimas Escazú, tiene una relevancia significativa. Me permite analizar, desde una doble perspectiva, como futbolista y como periodista, la manera en que los medios de comunicación presentan el fútbol femenino en el país, en este caso la televisora TDMás.

Esta investigación me brinda la oportunidad de comprender cómo se construye el discurso mediático en torno al fútbol femenino, así podré identificar si la visibilidad otorgada al fútbol femenino es proporcional a su crecimiento y nivel competitivo, o si aún persisten desigualdades en comparación con el fútbol masculino a lo largo del tiempo.

Además, este estudio me permitirá contrastar mi experiencia como jugadora con los hallazgos obtenidos en la investigación, lo que fortalecerá mi formación como periodista con un enfoque crítico y fundamentado en la realidad del fútbol femenino en nuestro país.

A futuro, los conocimientos adquiridos en este proceso podrían servirme para generar contenido periodístico, aportar a la mejora de la cobertura mediática del deporte femenino e impulsar cambios en la narrativa del deporte nacional.

Antecedentes

El fútbol femenino ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, tanto a nivel mundial como en el contexto costarricense. Sin embargo, persisten retos relacionados con la visibilidad mediática, la equidad de condiciones y el desarrollo profesional de las jugadoras.

Esta realidad se manifiesta de manera particular en los torneos nacionales, donde las dinámicas de cobertura, estructura organizativa y proyección social aún presentan importantes constantes respecto al fútbol masculino.

El Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino costarricense representa un punto de análisis relevante para comprender el estado actual del deporte, sus avances y desafíos.

En este contexto, resulta indispensable revisar los antecedentes que marcan este fenómeno, considerando tanto la evolución histórica del fútbol femenino, como los estudios de investigaciones que han abordado esta disciplina desde distintas perspectivas.

Este apartado reúne diversos antecedentes que permiten contextualizar el objeto de estudio de esta tesis. En primer lugar, se expone elementos históricos y futbolísticos del desarrollo del fútbol femenino.

Posteriormente, se aborda la situación específica del Torneo de Clausura 2024, con énfasis en su organización, impacto y cobertura. Se presentan los antecedentes de investigación relacionados con el fútbol femenino, estudios de carácter nacional e internacional, que aportan una base teórica y metodológica clave para este trabajo.

Rojas (2002) menciona que “los antecedentes en general, que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio” (pag.64).

En efecto, Hernández (2007), al acudir a los antecedentes, nos podemos dar cuenta de:

“Cómo se ha tratado un problema específico de investigación: que clases de estudios se han efectuado, con qué tipo de participantes, como se han recolectado los datos, en qué lugares se han llevado a cabo, que diseños se han utilizado. Aún en el caso de que desechemos los estudios previos, estos nos orientarán sobre lo que queremos y lo que no queremos para nuestra investigación” (pag.64).

Antecedentes históricos

En este apartado se mencionan los principales antecedentes nacionales e internacionales que determinan la historia del fútbol femenino y su evolución. Además, se abordan estudios sobre el fútbol, aspectos fundamentales para esta investigación.

Para la siguiente parte, se conceptualizan y analizan los antecedentes de la Unidad de Análisis de esta investigación, que es TDMás.

Para comprender la participación femenina en este deporte, es esencial conocer sus orígenes, cuándo y dónde se jugó por primera vez, así como identificar el momento

en que las mujeres comenzaron a formar parte del fútbol en Costa Rica y en otras partes del mundo.

Fútbol Femenino

El fútbol femenino en Costa Rica se refiere a la práctica y desarrollo de este deporte por mujeres, incluyendo la Liga Promerica (Primera División Femenina) y la Selección Femenina de Fútbol de Costa Rica, con historia y organizaciones deportivas como la UNIFFFFUT.

Al respecto, Leigh & Thérèse (1977) en las últimas décadas, el estudio del pasado ha adoptado nuevas perspectivas que han enriquecido notablemente la comprensión de los fenómenos sociales deportivos femeninos:

“A partir de finales de la década de 1970 y durante los años ochenta, surgen en el ámbito historiográfico los estudios relativos a la historia de las mujeres en el deporte, refiriéndose a la participación femenina durante el período que media entre las dos guerras mundiales” (par.2).

El origen del deporte femenino costarricense se ubica dentro de un contexto general de diversiones, cuya práctica social excluyente hizo que se creara una división marcada con respecto a los sectores que la ejecutan.

Las primeras mujeres deportistas nacionales aprendieron el deporte a través de la educación secundaria en el Colegio Superior de Señoritas, en espectáculos circenses o por medio de sus relaciones socioafectivas con miembros masculinos de la burguesía nacional y de las principales colonias extranjeras radicadas en el país.

Según Urbina (2001), menciona lo que causó la participación de las mujeres en la disciplina del deporte:

“La participación de la mujer costarricense en el fútbol hizo que esta disciplina se consolidara a nivel nacional. El balompié, desde sus inicios en el país en 1899, fue un deporte con características especiales para el costarricense: introduce el elemento de representación nacional y la lucha deportiva entre el grupo dominante y el sector trabajador, factores que diferencian al fútbol de las demás disciplinas deportivas que se venían practicando a finales del siglo XIX, las cuales eran ejecutadas entre individuos pertenecientes al mismo grupo social” (pp.109-110).

Figura 1: Equipo del deportivo femenino F.C 1950



Tomado de UNNIFUT

TDMás

TDMás es un canal deportivo costarricense lanzado por Teletica. Desde su creación, se ha consolidado como un referente en la transmisión de deportes en el país, ofreciendo cobertura de eventos nacionales e internacionales.

El canal deportivo costarricense realizó su primera transmisión el 15 de agosto de 2013. Desde entonces, ha ofrecido una amplia cobertura de eventos deportivos nacionales e internacionales, consolidándose como una fuente principal de contenido deportivo en Costa Rica.

Desde su creación, TDMás ha sido clave en la cobertura del fútbol costarricense, incluyendo los partidos de la Primera División (Liga Promerica), Primera División Femenina, juegos de la segunda división y otras competencias de distintos deportes, destacándose por la calidad de su producción.

A lo largo de los años, la televisora ha ampliado su oferta al incluir eventos deportivos internacionales como la Liga de Campeonas de la UEFA, Copa Libertadores

y otros torneos de alto nivel. Además, TDMás ha transmitido deportes como baloncesto, atletismo y ciclismo.

Sin embargo, Streean Media (2023) menciona sobre TDMás, que ha puesto a disposición de los aficionados una plataforma digital:

“TDMás ofrece un servicio llamado "App TDMAX", donde se pueden disfrutar los mejores partidos en vivo del fútbol de primera división masculino y femenino, liga de ascenso y los partidos de selecciones mayores de fútbol masculina y femenina. Además, en su plataforma se pueden observar las eliminatorias de Concacaf y otros eventos deportivos importantes (párr.2).

Torneo Clausura 2024 Femenina de Costa Rica

El Torneo Clausura 2024 Femenino de Costa Rica fue la 29.^a edición de la Primera División Femenina, denominada Liga Promerica. Sin embargo, el torneo es organizado por la Unión Femenina de Fútbol de Costa Rica (UNIFFUT, s.f.).

El 22 de julio de 2024, antes del inicio del campeonato, el equipo Desamparados PZ comunicó por sus redes sociales la obtención de la franquicia del Municipal Pérez Zeledón.

Según CRHoy, 2024, menciona sobre el torneo de Clausura:

“Para este mismo torneo, se informó que inversionistas limonenses adquirieron la franquicia de Herediano Femenino. Esto se debió a que la gerencia del Herediano consideró inviable continuar con el proyecto femenino por motivos económicos, a pesar de haber sido campeonas en su debut en la Primera División en el Torneo de Apertura 2020” (párr.2).

En el Torneo Clausura participaron los equipos Dimas Escazú, Deportivo Saprissa, Liga Deportiva Alajuelense, Puerto Viejo, Municipal Pococí, Sporting FC, Tsunami Azul y Desamparados PZ, quienes disputaron el campeonato.

Durante la competencia, el equipo Desamparados PZ fue sancionado con la expulsión inmediata por acuerdo de la Junta Directiva de la Asociación Deportiva Liga de Fútbol Femenino (ADELIFE) y de conformidad con los artículos 26 y 28 del reglamento de competición de UNIFFUT. La sanción se aplicó debido a que el equipo no cumplió con el mínimo reglamentario de 16 jugadoras por equipo en varios partidos.

Asimismo, el equipo Tsunami Azul, perteneciente a la provincia de Guanacaste, también fue sancionado con la expulsión por incumplimiento de la obligación de cancelación de multas y por inasistencia a partidos de la Primera División.

El medio de comunicación La Nación (2024) mencionó que “en el Torneo Clausura 2024, el equipo Liga Deportiva Alajuelense se coronó campeón, obteniendo su octavo título consecutivo y consolidándose como el equipo más goleador en la historia del fútbol femenino costarricense. Este torneo estuvo marcado por bajas y expulsiones, lo que generó debate sobre la organización de UNIFFUT como ente rector del torneo”

Antecedentes de investigación

En cuanto a las investigaciones realizadas para el presente trabajo, se analizan diversas referencias para los antecedentes internacionales y nacionales, destacando la historia del fútbol femenino y su desarrollo a lo largo de los años.

Antecedentes nacionales

Entre los antecedentes nacionales, se recalca el trabajo final de graduación *Análisis de los puntos de crecimiento de la exposición del fútbol femenino de primera división costarricense en TD+ y FUTV, según periodistas deportivos, en el segundo semestre del 2022*, presentado por Joel Fernández Calderón en la Universidad Internacional de las Américas (Fernández, 2023).

Para efectos de esta investigación, dentro del contexto nacional se destaca la historia documentada de por la *Unión Femenina de Fútbol de Costa Rica (UNIFFUT)* y los inicios del fútbol en el país como parte del programa de Educación Física en las escuelas:

"El origen del deporte femenino costarricense se ubica dentro de un contexto general de diversiones, cuya práctica social excluyente hizo que se creara una división marcada con respecto a los sectores que las ejecutan. Las primeras mujeres deportistas nacionales aprendieron el deporte a través de la educación secundaria en el Colegio Superior de Señoritas, en espectáculos circenses, o por medio de sus relaciones socioafectivas con miembros masculinos de la burguesía nacional y de las principales colonias extranjeras radicadas en el país" (párr.4).

La UNIFFUT habla acerca del deporte, inicialmente considerado exclusivo para hombres, tuvo una exposición muy limitada en los medios de comunicación:

"La práctica del deporte por parte de la mujer occidental ha tenido un enfoque sexista, sustentado en mitos y estereotipos. De hecho, el sexo es un factor de discriminación en la práctica deportiva, ya que existen disciplinas que supuestamente son más apropiadas para los hombres" (párr.6).

Según Hinojosa-Araujo (2016), explica cómo Costa Rica impulsó el fútbol femenino en la región, aunque sus comienzos estuvieron marcados por diversas dificultades que frenaron su crecimiento inicial:

“Costa Rica fue uno de los primeros países en desarrollar el fútbol femenino en América Central y Latinoamérica, desde 1949. Sin embargo, en sus orígenes enfrentó numerosos obstáculos” (párr.3).

De acuerdo a Urbina-Gaitán (2016) a pesar de estos avances, el desarrollo del fútbol femenino ha sido desigual en términos económicos y publicitarios, sin embargo, destaca cómo las primeras jugadoras nacionales promovieron el deporte en Centroamérica:

"Los promotores del balompié femenino nacional tuvieron la tarea de fomentarlo por Centroamérica. El domingo 30 de abril de 1950, una selección de 30 jugadoras del Deportivo Femenino Costa Rica F.C. partió hacia Panamá donde jugaría en el Estadio Olímpico un partido contra un equipo de ese país. El juego quedó empatado a un gol por equipo" (párr.24).

Otro antecedente relevante es el estudio de Ramírez (2020), *Crecimiento económico y profesional en el fútbol femenino por la influencia de los medios de comunicación en el período de junio a diciembre 2019, caso TDMás*, presentado en la Universidad Internacional de las Américas.

De acuerdo Urbina (2016), analiza el rol histórico de las mujeres en el fútbol:

"El fútbol nació como un espacio de dominio y control absoluto de la masculinidad, conformándose la mujer con participar en actividades como la expectación, entrega de premios, elaboración de banderas de las asociaciones deportivas, sirviendo de recepcionista en las fiestas de los clubes, preparando comidas, o bien, algunas de ellas eran homenajeadas con un partido" (párr. 9).

En 1950, el Club Sport La Libertad formó el primer equipo femenino en Costa Rica, con fines recreativos. Posteriormente, Franklin Monestel organizó el primer campeonato oficial en la década de los setenta, con la participación de equipos como Universidad de Costa Rica, Independiente, América, Puntarenas y Limón.

Según datos de la UNIFFUT, en la actualidad la Primera División Femenina cuenta con ocho equipos: AD Coronado, Club Sport Herediano, Dimas Escazú, LD Alajuelense, Municipal Pococí, Sapriisa FF, SUVA Sports y Sporting FC, mientras que la Segunda División tiene 22 equipos.

A nivel internacional, la Selección Nacional Femenina de Costa Rica ha disputado cuatro Mundiales. En la Copa del Mundo Femenina de Canadá 2015, compartió grupo con Brasil, España y Corea del Sur, terminando en tercer lugar. Según la FIFA (s.f.), Costa Rica es la cuarta mejor selección de CONCACAF, detrás de Estados Unidos, Canadá y México, y ocupa el puesto 36 en el Ranking Mundial.

El papel de los medios de comunicación ha sido clave en la evolución del fútbol femenino. La llegada de Shirley Cruz a Liga Deportiva Alajuelense generó una cobertura sin precedentes. La profesionalización del fútbol femenino en Costa Rica podría ser impulsada por los medios de comunicación, ya que estos pueden atraer más patrocinadores y generar mayor interés en la audiencia.

En la presente investigación, el primer objetivo es demostrar el impacto de los medios de comunicación, como TDMás, en el crecimiento económico y profesional del fútbol femenino. Por lo tanto, se busca analizar cuál es la incidencia de este medio en el desarrollo del fútbol femenino en Costa Rica.

Antecedentes internacionales

Según menciona Gonzales (2019), Europa es vista como la cuna del fútbol femenino debido a su constante crecimiento, expansión global, avances económicos y mayor reconocimiento para las jugadoras:

“El continente europeo es considerado la cuna del fútbol femenino, ya que es donde más se ha globalizado y ha tenido un crecimiento constante en términos de juego, ganancias económicas y reconocimiento para las jugadoras”

Un trabajo de investigación que se considera un antecedente relevante es el titulado *Estrategia de comunicación para la promoción de la disciplina de fútbol femenino en el Recinto Universitario Rubén Darío de la UNAM-Managua durante el primer semestre de 2018*.

En esta investigación se concluye que, en Nicaragua, la información sobre el fútbol femenino es escasa y no se difunde libremente, lo que limita su crecimiento y profesionalización.

Según Arias (2014) el desarrollo del fútbol femenino se ve limitado por la escasa presencia en los medios de comunicación y la idea generalizada de que no se trata con el mismo nivel de profesionalismo que el masculino:

“El fútbol femenino no puede crecer de manera igualitaria en comparación con el masculino debido a la falta de cobertura mediática y la percepción de menor formalidad en su difusión”

“La desigualdad asume distintas dimensiones, siendo el género una de las más importantes en términos de equidad. En su análisis, se destaca que las brechas de género persisten debido a problemas estructurales que afectan la representación del fútbol femenino en los medios de comunicación” (párr.1-2).

Históricamente, el cambio en la participación femenina en el deporte comenzó a inicios del siglo XX, cuando el ejercicio físico se incorporó a la educación básica y coincidió con la lucha legal, política y civil de las mujeres en Europa y Estados Unidos.

Sin embargo, la cobertura mediática sigue siendo desigual. Hermosilla (2014) realizó un estudio en España sobre *La información deportiva en la prensa, específicamente en los juegos deportivos de La Rioja en la temporada 2010-2011*.

En su investigación, Arias (2014), concluyó que "*la discriminación de la mujer en las representaciones mediáticas constituye una injusticia social, derivada del papel que los medios de comunicación cumplen como agentes socializadores*"

Menciona que, además, “sus resultados demostraron que hay un mayor número de noticias, artículos, destacados, textos y fotografías dedicadas a los deportistas masculinos en comparación con las mujeres”

Otro antecedente internacional importante es el estudio de Iturralde (2019), titulado "*El fútbol femenino y su presencia en medios de comunicación masivos*", realizado en Guayaquil. Esta investigación resalta la escasa difusión del fútbol femenino a nivel nacional e internacional y analiza las estrategias adoptadas para su reconocimiento profesional.

En este contexto, en Guayaquil (2019), la manera en que los medios de comunicación eligen qué mostrar y qué dejar fuera tiene un impacto profundo en la percepción social del deporte, la representación mediática se convierte en una herramienta poderosa que puede tanto visibilizar como silenciar realidades deportivas:

“Los medios de comunicación deportivos están mayoritariamente enfocados en el fútbol masculino, lo que genera un "efecto disfuncional comunicativo", pues los programas deportivos no incluyen la práctica del fútbol femenino en sus parrillas de transmisión” (p. 3).

Por otro lado, Vera (2016) realizó un análisis sobre *La mujer comentarista deportiva en los medios de comunicación de Guayaquil*. Según su investigación, las mujeres en el periodismo deportivo han sido minoría en la radio y televisión, aunque algunas han logrado consolidarse en distintos medios.

Su estudio destaca que las mujeres periodistas deportivas cumplen un rol fundamental en la narración y análisis de partidos de fútbol, ofreciendo comentarios objetivos.

Esta investigación es relevante para el presente trabajo, ya que busca demostrar la realidad del fútbol femenino, no solo en el ámbito nacional, sino también en otros países donde la desigualdad y la falta de apoyo continúan siendo un obstáculo para el desarrollo del deporte femenino.

Capítulo II. MARCO REFERENCIAL

En este apartado se presentan los principales conceptos y categorías de análisis, entre los que destacan la variable principal, cobertura periodística, así como el enfoque periodístico, los elementos narrativos y los temas destacados. Además. Se abordan conceptos relacionados como comunicación, periodismo, noticias, periodismo televisivo, periodismo deportivo, medios de comunicación, estereotipos.

Según Creswell (2006), en toda investigación, existen etapas fundamentales que guían y estructuran el camino hacia el conocimiento:

“Es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación” (p.64).

En el marco referencial permite establecer una base sólida para el desarrollo de la investigación, al reunir los conceptos, teorías y antecedentes más relevantes relacionados con nuestro estudio de la Cobertura del Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

Cobertura periodística

El concepto de cobertura periodística es cuando medios de comunicación masiva, algún reportero o periodista le da seguimiento a un acontecimiento en específico; por ejemplo, cuando se escribe sobre un accidente de tránsito o, en el caso de esta investigación, la transmisión televisiva, radial o por redes sociales de un partido de fútbol.

De acuerdo con Tuchman (1978), detrás de cada noticia hay decisiones, contextos y dinámicas que influyen en cómo se construye la información:

“La cobertura periodística está condicionada por las rutinas y los valores profesionales de los periodistas, quienes deben trabajar bajo restricciones de tiempo, espacio y recursos. Estas limitaciones estructuran la manera en que las noticias son seleccionadas, presentadas y distribuidas” (p. 15).

La cobertura periodística es importante porque se encarga de difundir diferentes noticias para el público y de brindarle la mejor información, ya que elabora una investigación y toma la importancia de los acontecimientos. A estos hechos se les llama

noticias, que son difundidos por distintos medios de comunicación y abordados desde diferentes perspectivas.

Noguera (2023) menciona sobre los medios de comunicación que tienen el poder de influir en la forma en que la sociedad percibe distintas etapas de la vida:

“Una cobertura periodística diferenciada puede dar voz a estas experiencias variadas y proporcionar información valiosa para personas mayores, sus familias y la sociedad en general”

“Una cobertura periodística diferenciada puede contribuir a sensibilizar a la audiencia sobre la realidad de envejecer y desafiar los prejuicios, promoviendo una visión positiva y respetuosa de la vejez. Asimismo, plantea la reflexión sobre el envejecimiento como un proceso a lo largo de toda la vida” (p.70).

De acuerdo con Noguera (2023) la “cobertura periodística diferenciada puede destacar cuestiones como el abuso a personas mayores, la discriminación, la importancia de garantizar la participación activa, y el empoderamiento de las personas mayores en la sociedad” (párr.2).

La cobertura periodística no solo implica la transmisión de información, sino también el acceso equitativo a todas las partes involucradas en el hecho noticioso, garantizando una representación imparcial y balanceada de los hechos.

Una buena cobertura periodística no solo informa, sino que también contribuye a la transparencia, favorece el derecho a la información y fomenta la participación democrática de los ciudadanos.

La cobertura periodística está determinada por diversos factores que influyen en qué noticias se reportan y cómo se presentan. Entre ellos destacan la relevancia, el impacto y la novedad de los hechos, así como la proximidad geográfica y cultural.

También influyen aspectos organizativos y empresariales, como la línea editorial del medio, la competencia y los recursos disponibles. La tecnología y las plataformas de difusión, incluidas las redes sociales y sus algoritmos, afectan la visibilidad de las noticias.

Según Herman (1988), menciona que “la agenda política y los marcos narrativos utilizados pueden orientar la cobertura hacia ciertos temas o perspectivas. Estos factores,

combinados, moldean el modo en que la información llega al público y su impacto en la sociedad” (párr.5).

La cobertura periodística es un proceso completo influenciado por múltiples factores como las rutinas profesionales, los recursos disponibles, la línea editorial y las plataformas tecnológicas. Esto no solo consiste en transmitir información, sino en garantizar una representación justa y equitativa de los hechos.

Una cobertura bien realizada contribuye a la formación de una sociedad informada, crítica y participativa, y puede incluso influir en la percepción social sobre temas relevantes, como el envejecimiento o los derechos humanos.

Enfoque periodístico

El enfoque periodístico se refiere a la perspectiva específica desde la cual un periodista aborda una historia. Es el ángulo que determina qué información se destacará y cómo se presentará al público.

De acuerdo con Tuchman (1978), a forma en que se estructuran y presentan los enfoques responde a decisiones que buscan orientar la comprensión del público:

“El enfoque permite organizar el caos de los hechos y darles sentido para la audiencia. Esto implica seleccionar datos relevantes y desechar aquellos que no aportan a la narrativa central” (p.3).

El enfoque también influye en la objetividad y la imparcialidad del contenido, la objetividad no significa ausencia de enfoque, sino la capacidad de reconocer y manejar los propios sesgos.

Por ello, un buen periodista es consciente de cómo su enfoque puede afectar la interpretación de la información, lo cual esto implica que el enfoque ayude a construir el conocimiento de manera crítica y reflexiva.

Elementos narrativos

Los elementos narrativos son componentes fundamentales que permiten construir y desarrollar una historia. Estos elementos ayudan a estructurar el relato y a darle coherencia y sentido. Entre los principales se encuentran el argumento, los personajes, el ambiente, el punto de vista y el tema.

De acuerdo con Farías (2023), Un texto narrativo es una narración de hechos o acciones en un tiempo determinado, con fines literarios o comunicativos:

“Un texto narrativo es cualquier texto, relato o narración que cuente una anécdota determinada, o sea, una sucesión de acciones en un período de tiempo limitado. Puede tener fines literarios o meramente comunicativos. Además, los textos narrativos pueden tener muchas formas y pueden estar en diferentes soportes, tanto orales como escritos” (párr.1).

Los elementos narrativos periodísticos son aquellos componentes específicos que estructuran una historia en el ámbito del periodismo, los cuales permiten organizar la información de manera clara, coherente y atractiva para los lectores. Estos elementos varían dependiendo del tipo de periodismo informativo, interpretativo o de opinión.

Los elementos narrativos son los componentes fundamentales que estructuran una narración, permitiendo el desarrollo de una historia coherente y completa. Estos elementos se interrelacionan y son esenciales tanto en la literatura como en otros géneros narrativos, como el periodismo, el cine o el teatro.

Temas destacados

Los temas destacados también se vinculan a la toma de decisiones políticas o empresariales. De esta manera, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial al destacar los asuntos que definen la opinión pública y, por ende, el rumbo de las decisiones importantes.

Según Concepto (2024), Los temas destacados en los medios son aquellos de mayor relevancia, actualidad o impacto social:

“Los temas destacados se refieren a aquellos asuntos que, por su relevancia, actualidad o impacto en la sociedad, ocupan un lugar prioritario en la agenda informativa de los medios de comunicación. Estos temas suelen ser de interés general y abarcan áreas como política, economía, sociedad, cultura y deportes, entre otras. La selección de estos temas se basa en criterios como la novedad, la proximidad, la magnitud y el interés humano” (párr.1-2).

Un tema destacado es aquel que, debido a su relevancia o impacto en la sociedad, la cultura o la política, acapara la atención de los medios de comunicación, los expertos y el público en general.

Los temas destacados no solo marcan la agenda mediática, sino que también reflejan las preocupaciones más urgentes de la ciudadanía. Estos temas suelen involucrar una combinación de factores, como una coyuntura histórica, cambios sociales o avances tecnológicos.

Comunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual los seres humanos intercambian significados, ideas, emociones e información a través de sistemas simbólicos compartidos.

George Gusdorf (1996) en una hermosa definición de la comunicación, en su libro *La Palabra*, afirma:

“La comunicación tiene, entonces, una virtud creadora. Da a cada uno la relevación de sí en la reciprocidad con el otro. En el mundo la palabra se realiza la edificación de la vida personal, prestándose siempre la comunicación de las personas bajo la forma de una explicitación de valor”

“La gracia de la comunicación, en la que uno da recibiendo, en la que uno recibe dando, es el descubrimiento del semejante, del prójimo, del otro yo mismo, en la amistad o en el amor, más valioso del yo mismo porque se identifica con el valor cuyo descubrimiento logró merced a un encuentro”

“En cada proceso de comunicación existe una fuente que transmite un mensaje a un receptor, con la intención consciente de afectar su conducta posterior. Y no hay que olvidarse de que los dos extremos en el proceso de comunicación - emisor y receptor- pueden convertirse uno en otro alternativamente, dándole al fenómeno el dinamismo y la reciprocidad que lo identifica” (par.4-6).

La comunicación implica una serie de componentes fundamentales: emisor, mensaje, canal y receptor, todos los cuales interactúan dentro de un contexto determinado. Este proceso no es lineal ni estático, sino dinámico,

bidireccional y sujeto a factores como la percepción, la cultura, el lenguaje y el entorno.

Desde una perspectiva más amplia, la comunicación también puede entenderse como un fenómeno social que permite la construcción de realidades, el establecimiento de relaciones y la articulación de la vida en comunidad. En este sentido, no solo transmite información, sino que contribuye activamente a la creación de sentido, identidad y cohesión social

Periodismo

El periodismo es una actividad profesional y social orientada a la búsqueda, verificación, producción y difusión de información de interés público, mediante diversos formatos y plataformas, con el fin de garantizar el derecho de las personas a estar informadas y contribuir al fortalecimiento de la vida democrática.

Según Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2001), en su libro que ha sido fundamental para periodistas y estudiantes de comunicación en todo el mundo, mencionan cuál es la función del periodismo:

“El periodismo de investigación original son los propios reporteros los que buscan, investigan y documentan la noticia que anteriormente los lectores o espectadores desconocían. Con frecuencia este tipo de reportajes ocasiona una investigación pública y oficial de los sujetos o actividades que protagonizan la noticia y constituye, por tanto, el ejemplo clásico cuando se trata de ilustrar la labor de presión de la prensa sobre las autoridades en beneficio del ciudadano” (párr.2).

A través de un compromiso ético con la verdad, la independencia, la responsabilidad y la transparencia, el periodismo actúa como un mediador entre los hechos y la sociedad, interpretando la realidad con base en criterios de relevancia, contexto y rigor informativo.

Más allá de la simple transmisión de noticias, el periodismo implica una labor crítica y reflexiva, que cuestiona el poder, da voz a los sectores marginados y visibiliza problemáticas sociales, económicas, culturales y políticas. En un entorno mediático cada vez más complejo y saturado de información, el periodismo adquiere también la función

de filtrar, jerarquizar y contrastar los contenidos, luchando contra la desinformación y fortaleciendo el pensamiento crítico de la ciudadanía.

Noticias

La noticia es el género periodístico fundamental, cuya función principal es informar sobre hechos reales, actuales, de interés público y relevancia social, mediante una narrativa clara, precisa y objetiva. Constituye el producto informativo básico de los medios de comunicación, y se caracteriza por responder a las clásicas preguntas del periodismo: qué ocurrió, quiénes estuvieron involucrados, cuándo, dónde, cómo y por qué.

Según Stella Martini (2004) menciona la definición de las noticias:

“Las noticias que tematizan problemas de la sociedad, la salud, la educación, el medio ambiente, etc., suelen incluirse en información general o sociedad. Puede pensarse que es un tipo de sección demasiado generalista, donde se publica todo aquello que no refiere a los ámbitos político-administrativo o económico, sin embargo, se ha ido convirtiendo en una zona de información cada más jerarquizada en el momento de la lectura y por tanto de la producción”

“La noticia es la divulgación de un suceso, y en muchos manuales sobre teoría del periodismo aparece como la construcción de lo que sucedió, y por lo general asociada a la práctica de la noticia de veinticuatro horas propias de la prensa gráfica. La noticia puede ser definida como la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento” (párr.5).

De acuerdo con Martínez Albertos (1997), "la noticia es el relato periodístico que da cuenta de un hecho nuevo, de interés general y con una orientación preferentemente objetiva, aunque no necesariamente completa ni definitiva". Esto implica que, si bien la noticia busca la veracidad, está sujeta a las limitaciones del tiempo, los recursos y el acceso a la información.

En ese sentido, la elaboración de noticias implica una serie de decisiones editoriales, desde la elección del tema hasta el enfoque, el lenguaje y la estructura. Aunque se privilegia el ideal de la objetividad, numerosos estudios han demostrado que

los factores culturales, económicos, ideológicos y tecnológicos también influyen en la forma en que se produce y difunde la información.

La noticia también varía según el medio en el que se presenta. Por ejemplo, en la prensa escrita se organiza tradicionalmente bajo el modelo de pirámide invertida, mientras que en medios digitales puede incorporar elementos multimedia e hipertextuales, y en radio y televisión se adapta al lenguaje sonoro o audiovisual.

Periodismo televisivo

El periodismo televisivo es una rama del periodismo que se encarga de la producción, edición y difusión de noticias e información a través del medio televisivo. Se caracteriza por la combinación de elementos visuales, sonoros y verbales para construir relatos informativos que sean comprensibles, atractivos y veraces para el espectador.

José Alberto García (2023), menciona en su libro sobre el periodismo televisivo y su importancia como medio de comunicación:

“La televisión todavía es un medio importante, pero ha perdido la hegemonía que alcanzó en la segunda mitad del siglo XX. En los últimos años asistimos a un declive en el consumo tradicional de noticias televisivas, al tiempo que se ha incrementado el visionado de videos a través de YouTube, internet y las redes sociales. Pese a todo, los informativos de televisión siguen siendo un medio referencia, al que muchas personas acuden para mantenerse informadas. Sin embargo, si las cadenas no reaccionan ante el descenso del consumo de noticias televisivas y el incremento del video online, en especial a través del móvil, los informativos pueden volverse irrelevantes a medio plazo” (párr.1).

A diferencia de otros formatos, el periodismo televisivo se apoya en el lenguaje audiovisual para captar la atención de la audiencia, por lo que requiere un equilibrio entre la imagen, el sonido, la voz en off y la edición.

Este tipo de periodismo desempeña un papel clave en la formación de la opinión pública, dado su alcance masivo y su inmediatez. Los periodistas televisivos deben tener competencias tanto narrativas como técnicas, incluyendo habilidades en la conducción de

entrevistas, el uso de cámaras, la locución, la redacción para imagen y el manejo de herramientas de edición digital.

Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es una especialización del periodismo que se enfoca en la cobertura de eventos, disciplinas, atletas y fenómenos relacionados con el deporte. Su función principal es informar, pero también entretener y formar opinión pública sobre temas deportivos. Este tipo de periodismo ha evolucionado desde la simple narración de resultados hasta incluir análisis tácticos, contextos sociales, económicos y políticos del deporte.

Según Martínez de Sousa (1981), en su Diccionario general del periodismo, el periodismo deportivo ha ganado relevancia en los medios de comunicación debido al impacto social del deporte:

"En un periódico de información general, cada día el deporte cobra mayor importancia, debido no tanto a su importancia informativa intrínseca cuanto al hecho social que supone el conjunto de actividades deportivas" (p. 71).

Esta cita destaca cómo el deporte trasciende lo meramente competitivo para convertirse en un fenómeno social de gran envergadura, lo que justifica su creciente presencia en los medios de comunicación.

El periodista deportivo debe poseer habilidades narrativas, conocimientos técnicos sobre los deportes que cubre y una comprensión profunda de los contextos culturales y sociales en los que se desarrollan los eventos deportivos. Además, debe ejercer su labor con ética, imparcialidad y capacidad crítica, evitando caer en el fanatismo o la espectacularización excesiva del deporte.

En la actualidad, el periodismo deportivo se desarrolla en múltiples plataformas, desde medios tradicionales como la prensa escrita, radio y televisión, hasta entornos digitales y redes sociales, donde la inmediatez y la interacción con el público cobran un papel central.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son instrumentos, canales o plataformas que permiten la transmisión de información, ideas y mensajes entre individuos o grupos, facilitando el proceso comunicativo en la sociedad.

Estos medios pueden clasificarse en diversas categorías, como medios impresos, audiovisuales, digitales, entre otros, y desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública, la difusión de la cultura y la educación.

Según la obra Medios de comunicación masiva, los medios de comunicación son definidos como:

"Instrumentos que permiten la transmisión de información a grandes audiencias, influyendo en la percepción y comportamiento de las personas dentro de una sociedad" (p. 5).

Esta definición resalta la capacidad de los medios para llegar a un público amplio y su influencia en la construcción de realidades sociales.

En el contexto contemporáneo, los medios de comunicación han evolucionado significativamente con el avance de la tecnología, dando lugar a nuevas formas de interacción y participación ciudadana. La convergencia mediática ha permitido la integración de diferentes formatos y plataformas, ampliando las posibilidades de acceso y producción de contenidos por parte de los usuarios.

Es importante destacar que, si bien los medios de comunicación ofrecen oportunidades para el intercambio de información y la democratización del conocimiento, también presentan desafíos relacionados con la veracidad de los contenidos, la concentración de la propiedad mediática y la manipulación de la información. Por ello, es fundamental fomentar la alfabetización mediática y el pensamiento crítico en la sociedad.

Facebook

Facebook es una red social digital fundada en 2004 por Mark Zuckerberg y sus compañeros de la Universidad de Harvard. Inicialmente concebida como una plataforma

para conectar a estudiantes universitarios, ha evolucionado hasta convertirse en una de las redes sociales más influyentes a nivel mundial, con miles de millones de usuarios activos mensuales.

Facebook permite a los usuarios crear perfiles personales, compartir contenido multimedia, interactuar con otros usuarios mediante comentarios y reacciones, y unirse a comunidades de interés.

En su libro *The Facebook Effect*, David Kirkpatrick (2010), analiza el impacto de Facebook en la sociedad moderna:

"Facebook no es solo una herramienta para conectar personas, sino una plataforma que ha redefinido la manera en que compartimos información y nos relacionamos en la era digital" (p. 5).

Esta afirmación destaca cómo Facebook ha trascendido su función original, convirtiéndose en un medio de comunicación masiva que influye en diversos aspectos de la vida cotidiana, desde la interacción social hasta la difusión de noticias y la movilización social.

Además, Facebook ha sido objeto de análisis en obras como *The Cluetrain Manifesto*, donde se discute cómo las plataformas digitales han transformado las dinámicas de comunicación y marketing, enfatizando la importancia de las conversaciones auténticas en línea.

Redes Sociales

Las redes sociales son estructuras compuestas por individuos o entidades interconectados a través de diversos tipos de relaciones, como amistad, parentesco, intereses comunes o vínculos profesionales.

Estas conexiones permiten la transmisión de información, la influencia social y la formación de comunidades, desempeñando un papel fundamental en la dinámica de las sociedades contemporáneas.

Según Kadushin (2013), las redes sociales se definen como:

"Conjuntos de relaciones entre actores sociales que se interconectan a través de vínculos múltiples, formando estructuras que influyen en comportamientos y actitudes" (p. 17).

Esta definición resalta cómo las redes sociales no solo representan conexiones entre individuos, sino que también configuran patrones estructurales que afectan las dinámicas sociales y culturales.

En el contexto digital, las redes sociales han adquirido una dimensión tecnológica, facilitando la interacción a través de plataformas en línea como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn. Estas herramientas permiten a los usuarios crear perfiles, compartir contenido y establecer conexiones con otros, ampliando el alcance de las relaciones sociales más allá de las limitaciones geográficas.

Es importante considerar que las redes sociales, tanto en su forma tradicional como digital, desempeñan un papel crucial en la difusión de información, la movilización social y la formación de comunidades.

Sin embargo, también presentan desafíos relacionados con la privacidad, la veracidad de la información y la calidad de las interacciones humanas.

Estereotipos

Los estereotipos son construcciones sociales que consisten en creencias compartidas sobre las características, atributos o comportamientos de los miembros de un grupo social. Funcionan como esquemas cognitivos que simplifican la complejidad del entorno social, permitiendo a los individuos procesar información de manera más eficiente.

Sin embargo, esta simplificación puede conducir a percepciones erróneas y prejuicios, ya que los estereotipos tienden a ser rígidos y resistentes al cambio, incluso frente a evidencia contraria.

Según Ruth Amossy y Anne Herschberg Pierrot (2020), en su obra *Estereotipos y clichés*, los estereotipos se definen como:

"Formas de representación colectiva que cristalizan ideas preconcebidas y se transmiten culturalmente, influyendo en la percepción y el discurso social" (p. 35).

Esta definición resalta cómo los estereotipos no solo afectan la percepción individual, sino que también moldean las prácticas discursivas y las relaciones sociales, perpetuando ciertas visiones del mundo y estructuras de poder.

En el ámbito de la comunicación y los medios, los estereotipos son herramientas recurrentes que facilitan la comprensión rápida de personajes o situaciones, pero que también pueden reforzar roles y expectativas sociales limitantes. Por ejemplo, la representación de ciertos grupos étnicos, de género o de edad a través de estereotipos puede consolidar imágenes distorsionadas y contribuir a la discriminación.

Es fundamental, por tanto, desarrollar una conciencia crítica sobre el uso y la reproducción de estereotipos, especialmente en contextos educativos, mediáticos y culturales, para fomentar una sociedad más inclusiva y equitativa.

Capítulo III. MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico constituye una parte esencial del desarrollo de la investigación, ya que define las estrategias, las técnicas y procedimientos que orientan la recolección, análisis e interpretación de datos.

En este apartado se describe el enfoque general que guía el estudio, el tipo de investigación, el diseño metodológico adoptado, así como las fuentes de información utilizadas. Además, se detallan los métodos de muestreo empleados y las fases correspondientes a la recolección de datos.

Mata (2019) hace referencia al marco metodológico:

El marco metodológico es una elaboración compleja que agrupa las decisiones teórico-metodológicas del proceso investigativo. Efectivamente, entendido como estrategia teórico-metodológica, el marco metodológico ocupa un papel central respecto a la interrelación que vincula a todas las etapas del proceso investigativo en su conjunto (parr.3).

Como lo menciona Mata, es la sección de una investigación en la que se describe el tipo de diseño, tipo de investigación, fuentes de información, tipo de muestreo y fase de recolección de información.

Tipo de Diseño

Para la presente investigación se tendrá como base el Diseño Transformativo Secuencial (DITRAS), debido a que se contará con dos fases de investigación. Se dará prioridad al enfoque cualitativo, aunque se integrarán datos cuantitativos en la interpretación de los resultados. Todo el proceso se apoyará en una perspectiva teórica sólida, un abordaje ideológico claro y un marco conceptual fundamentado en el planteamiento del problema.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan que “el diseño de investigación actúa como un plan que guía al investigador en el proceso de recolección, medición y análisis de datos” (p. 134).

El enfoque de esta investigación es mixto, ya que combina métodos cualitativos y cuantitativos con el propósito de obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado.

Taylor, Bogdan & DeVault (2016) definen qué “el análisis cualitativo busca descubrir significados, interpretar experiencias y comprender fenómenos desde la perspectiva de los participantes" (p. 15).

Creswell (2014) menciona qué “el análisis cuantitativo permite describir, explicar y predecir fenómenos mediante el uso de técnicas estadísticas aplicadas a datos numéricos" (p. 155).

En la primera fase, se realizará un análisis cualitativo de las coberturas de TDMás del torneo de clausura del fútbol femenino 2024, enfocándose en la narrativa, el enfoque editorial y la selección de temas destacados.

Posteriormente, en la segunda fase, se llevará a cabo un análisis cuantitativo para medir el tiempo y espacio dedicados a esta cobertura en comparación con otras categorías deportivas, permitiendo así establecer relaciones y patrones que contribuyan a la interpretación final.

El tipo de diseño adoptado en esta investigación se caracteriza por dos fases de recolección de datos, en las que se otorga prioridad al análisis cualitativo y cuantitativo. Los datos serán integrados en la fase de interpretación, asegurando que los hallazgos de cada enfoque contribuyan a una comprensión completa del objeto de estudio. Todo el proceso metodológico se sustenta en una perspectiva teórica pertinente, un abordaje ideológico estructurado y un marco conceptual sólido.

De acuerdo Williams et al. (2003) menciona que el enfoque mixto es una metodología que integra, examina y relaciona información numérica y descriptiva dentro de una misma investigación o conjunto de estudios, con el fin de abordar una problemática:

“El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se usan métodos de los enfoques cuantitativo y cualitativo y pueden involucrar la conversión de datos cuantitativos en cualitativos y viceversa”

“Asimismo, el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema” (p.755).

Al respecto, Hernández y Mendoza (2014), la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos ha dado lugar a enfoques cada vez más integrados y complejos:

“Denominaron como diseños mixtos de integración de procesos y representan el más alto grado de combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. En éstos, ambas aproximaciones se entremezclan desde el inicio hasta el final, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos métodos y una mentalidad abierta” (pag.549).

Tipo de investigación

Para efectos de investigación, se entiende que el alcance es descriptivo, ya que tiene como objetivo observar, detallar y analizar cómo se ha cubierto el fútbol femenino en un medio de comunicación en específico, en este caso TDMás, durante el torneo de clausura 2024.

El enfoque descriptivo se centra en documentar y ofrecer una visión detallada de la cobertura (qué se ha dicho, cómo se ha mostrado, qué tipo de narrativas se han utilizado y qué enfoques o temas han surgido a favor del fútbol femenino).

Para efectos de este estudio, el análisis de la cobertura mediática puede proporcionar una imagen clara de cómo se representa el fútbol femenino en los medios tradicionales.

Al elegir TDMás, se puede estudiar la evolución, la cantidad y la calidad de la visibilidad que se le da a este deporte, lo que puede ser relevante para identificar fortalezas o áreas de mejora en la promoción del fútbol femenino.

De acuerdo con lo que expresa Hernández (2014) acerca del tipo de investigación descriptiva, se destaca que:

“Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se

refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas” (p.12).

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis.

Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, sin indicar cómo se relacionan.

Hernández (2014) menciona que las investigaciones descriptivas sirven como punto de partida para los estudios correlacionales, los cuales aportan datos que permiten desarrollar investigaciones explicativas:

“Por lo general, los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y están muy estructurados” (p.90).

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (p.92).

Fuentes de información

Dan origen o lugar de donde proviene la información utilizada para elaborar un trabajo, investigación o estudio. Estas fuentes permiten obtener datos, hechos, ideas o conocimientos relevantes y confiables sobre un tema específico.

Según Hernández (2008), las fuentes primarias proporcionan información original y directa, sin haber sido previamente analizada o interpretada:

“Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra

persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, fotos” (p.3).

A continuación, se describirán las fuentes de información utilizadas en el presente estudio. Estas corresponden a contactos directos que, en la actualidad, son periodistas y colaboradores de programas deportivos o del canal TDMás, medio para el cual se están llevando a cabo esta investigación.

Criterios de selección de muestra

Los criterios de selección de muestra son un conjunto de reglas, condiciones o características definidas previamente por el investigador para determinar quiénes o qué elementos formarán parte de una muestra dentro de una población de estudio.

Como lo indica López (2004), la muestra es una parte representativa de la población que se estudia en una investigación:

“La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población”

“La selección de la muestra en una investigación se refiere al proceso mediante el cual se eligen los elementos que serán analizados para obtener conclusiones” (párr.4)

Para esta investigación, los criterios de selección de la muestra para las noticias se analizarán considerando:

- Se tomarán en cuenta noticias relacionadas con el fútbol femenino
- Se considerarán únicamente las noticias publicadas durante el Torneo de Clausura 2024.
- Se incluirán noticias emitidas en televisión, publicadas en el sitio web de TDMás y compartidas en redes sociales oficiales.

- Se analizarán noticias relacionadas exclusivamente con el fútbol femenino
- Se considerarán reportajes, entrevistas y resúmenes de partidos para la investigación.

Para la selección de muestra de los periodistas será:

- Se considerarán periodistas deportivos de TDMás que hayan participado activamente en la cobertura del torneo.
- Se analizarán aquellos periodistas que hayan realizado mínimo 5 coberturas relacionadas con el fútbol femenino durante el Clausura 2024.
- Se priorizarán periodistas con trayectoria o especializados en fútbol femenino.
- Se incluirán periodistas que participen en televisión, redes sociales o medios digitales de TDMás.
- Se analizará la presencia de periodistas hombres y mujeres para evaluar la equidad en la cobertura.
- Se considerarán programas deportivos, resúmenes y análisis postpartido emitidos en TDMás que aborden el fútbol femenino.
- Se tomarán en cuenta las publicaciones en Facebook de TDMás relacionadas con el torneo de clausura 2024
- Se analizarán los partidos de alto impacto, como clásicos Liga Vs Saprissa y encuentros de fases eliminatorias.
- La muestra abarcará desde la primera jornada del torneo de clausura 2024 hasta la final del campeonato.

Cuadro No.1

Periodistas y colaboradores para entrevistar

Nombre	Profesión	Medio de comunicación
Fuente Primaria: Pablo Segura	TDMás	Periodista
Fuente Primaria: Adriana Hernández	TDMás	Periodista
Fuente Secundaria: Melissa Alvarado	Teletica	Periodista
Fuente Secundaria: Jacqueline Álvarez	Multimedios	Periodista

Fuente: Elaboración propia

Fuentes primarias

En esta investigación, las fuentes primarias incluirán la información obtenida a través de entrevistas estructuradas y en profundidad realizadas a periodistas deportivos y periodistas de TDMás. Estos profesionales aportarán valiosos conocimientos sobre la estrategia de comunicación en el ámbito deportivo, ofreciendo perspectivas que pueden no estar documentadas.

En ocasiones, una fuente primaria puede referirse a nuestro problema de investigación, pero no seremos útiles porque no enfocamos el tema desde el punto de vista que pretendemos establecer. Además, pueden haber realizado nuevos estudios que han encontrado explicaciones más satisfactorias, invalidado sus resultados o desaprobado sus conclusiones.

Entre ellas, Danhke (1989) destaca las fuentes primarias, que ofrecen información directa y de primera mano sobre los estudios realizados:

“Distingue tres tipos básicos de fuentes de información para llevar a cabo la revisión de la literatura: 1. Fuentes primarias (directas). Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes” (p.66).

Las fuentes primarias desempeñan un papel fundamental en esta investigación, ya que ofrecen información directa, actualizada y específica sobre la estrategia de comunicación en el ámbito deportivo, particularmente desde la experiencia de periodistas de TDMás.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias proporcionan información de segunda mano y comentarios de otros investigadores. Ejemplos de estos incluyen libros académicos, bibliografías, artículos de revistas, reseñas y libros de referencia como diccionarios, enciclopedias y atletas.

Según Danhke (1989), al llevar a cabo una revisión de la literatura, resulta esencial reconocer los distintos tipos de fuentes que pueden consultarse, ya que esto influye directamente en la calidad y profundidad del análisis:

“Las fuentes secundarias son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular, las cuales comentan artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos especializados” (p.66).

En esta investigación, las fuentes secundarias incluirán documentos, informes y estudios relacionados con el fútbol femenino. Se analizarán datos sobre su evolución, cobertura mediática y los principales desafíos que enfrenta, con el apoyo de periodistas deportivos que han trabajado en esa área.

Cuadro No.2

Corpus Discursivo

Titular de la noticia	Fecha de publicación
Alajuelense arrasa y conquista el octacampeonato femenino	23 diciembre, 2024
Cinco clubes de la primera división femenina de fútbol advierten que no continuarán en el torneo	18 set, 2024
Alajuelense derrota a Puerto Viejo y se acerca al octacampeonato del fútbol femenino	15 de diciembre
Expulsan a Desamparados Municipal Pérez Zeledón y a Tsunami Azul de campeonato femenino a dos fechas de fase de clasificación	05 noviembre 2024
Equipo de fútbol femenino expulsado se defiende y le tira duro a la Uniffut	06 de noviembre 2024
El fútbol femenino tico se cae a pedazos	06 de noviembre 2024
Tsunami Azul se convierte en el segundo equipo de fútbol femenino expulsado en un mismo día	05 de noviembre 2024
Tsunami Azul se convierte en el segundo equipo de fútbol femenino expulsado en un mismo día	06 de noviembre 2024
¡Listas las semifinales del fútbol femenino!	11 de noviembre 2024
Leonas se dejan otro clásico más del fútbol femenino	30 de agosto 2024
Leonas sacan ventaja y quedan a un paso de su octavo título consecutivo	16 de diciembre 2024
Cinco clubes de Fútbol Femenino acuerdan no continuar con el torneo	18 de setiembre 2024
Leonas humillaron a Saprissa y Puerto Viejo sorprende en semifinales del fútbol femenino	09 de diciembre 2024

Puerto Viejo FC es la grata sorpresa en el fútbol femenino	30 de setiembre 2024
UNIFFUT aclara si se mantiene activo el torneo femenino	20 de setiembre 2024
Equipo de fútbol femenino expulsado se defiende y le tira duro a la Uniffut	06 de noviembre 2024
La Conquista del balón: hacia la sostenibilidad del fútbol femenino en Costa Rica	01 de febrero 2024

Fuente: Elaboración propia

Tipo de muestreo

El muestreo no probabilístico es un método de selección de muestras en el que no todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. En este tipo de muestreo, la elección de los elementos se basa en criterios subjetivos del investigador, como conveniencia, juicio o accesibilidad, y no mediante un proceso aleatorio.

En este aspecto, Sarasola (2024), en el proceso de recolección de datos, la elección del tipo de muestreo es un aspecto crucial que influye en la representatividad de los resultados:

“El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la cual la selección de los elementos no se realiza al azar, sino que depende del juicio subjetivo del investigador. Esto implica que no todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, lo que puede introducir sesgos en los resultados”

A continuación, se detalla el tipo de muestreo que se va a utilizar en la investigación.

La ventaja de una muestra no probabilística —desde la visión cuantitativa— es su utilidad para determinados diseños de estudio que requieren no tanto una “representatividad” de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema.

Para nuestro estudio vamos a entrevistar personas con estas características, que sean voluntarios o que tengan ganas de participar en este estudio.

La muestra de participantes voluntarios es frecuente en ciencias sociales y en ciencias de la conducta. Se trata de muestras fortuitas, utilizadas también en la medicina y la arqueología, donde el investigador elabora conclusiones sobre casos que llegan a sus manos de forma casual.

Los individuos que voluntariamente acceden a participar en un estudio son aquellos que aceptan acudir a una entrevista abierta. En estos casos, la elección de los participantes depende de circunstancias muy variadas. Este tipo de muestras se usa en estudios experimentales de laboratorio, pero también en investigaciones cualitativas.

Para este estudio se requerirá para el muestreo no probabilístico por voluntarios a periodistas, técnicos de los clubes femeninos nacionales, periodistas deportivos, - directivos de clubes-jugadoras- periodistas del medio de televisión TDMás.

Fase de recolección de información

La recolección de información es una fase crucial dentro del proceso de investigación que consiste en obtener datos relevantes y confiables para responder a los objetivos planteados.

Hernández (2014) menciona que “la recolección de información factual e indicadores (análisis de datos secundarios de registros públicos y documentación) y metaanálisis, así como otras mediciones. La codificación y la preparación de los datos obtenidos se discutirán después de presentar los principales instrumentos de medición” (p.217).

Este proceso puede llevarse a cabo a través de diversas técnicas, tales como encuestas, entrevistas, observaciones y análisis documentales, dependiendo del enfoque de la investigación (cualitativo, cuantitativo o mixto).

Según Robles (2011), la entrevista en profundidad destaca por su capacidad para explorar a fondo las percepciones, emociones y experiencias de los participantes

“La entrevista en profundidad juega un papel importante, ya que se construye a partir de reiterados encuentros cara a cara del investigador y los informantes con el objetivo de adentrarse en su intimidad y comprender la individualidad de cada uno” (párr.4).

La entrevista a profundidad en la cual se incluyen preguntas cerradas, es decir, se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos y la interpretación es producto de toda la información en conjunto.

Para el presente trabajo vamos a realizar una entrevista a profundidad para poder contestar las siguientes preguntas del objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

- ¿Qué tipo de tratamiento se le da a la noticia en la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino?
- ¿Cuál es el punto de vista predominante de los periodistas de TDMás al cubrir el torneo de clausura del fútbol femenino 2024?
- ¿Cuál es la línea editorial de TDMás con respecto al fútbol femenino?
- ¿Existen directrices específicas de TDMás sobre cómo abordar el fútbol femenino?
- ¿Predomina un discurso de crecimiento, equidad, o se mantiene una visión secundaria frente al masculino?
- ¿Los comentaristas realizan análisis técnico y táctico del fútbol femenino en la misma profundidad que en el masculino?
- ¿Qué porcentaje de periodistas, narradores y analistas deportivos en TDMás son mujeres?
- ¿Cuáles son las directrices y lineamientos que TDMás establece a sus periodistas para la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024?

Según menciona Peña y Pirella (2007) “el análisis documental se caracteriza por ser dinámico en el entendido que permite representar el contenido de un documento en una forma distinta a la original, generándose así un nuevo documento. También por ser social, en tanto que su finalidad es facilitar el servicio de información prestado a los usuarios” (parr.11).

Asimismo, utilizaremos análisis documental para contestar las preguntas del objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

- ¿Qué tipo de enfoque periodístico utiliza TDMás en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024?

Smith (2011) define el análisis estadístico como “la ciencia de recopilar, explorar y presentar grandes cantidades de datos para descubrir patrones y tendencias implícitos. Las estadísticas se aplican todos los días, en la investigación, la industria y el gobierno, para volvernos más científicos acerca de las decisiones que se necesitan tomar” (parr.2).

Para nuestro caso vamos a utilizar análisis estadístico para contestar las preguntas del objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

- ¿Cuánto tiempo dedica TDMás a la cobertura del fútbol femenino en comparación con otros contenidos deportivos?
- ¿Qué duración tienen las coberturas dedicadas al torneo de clausura del fútbol femenino 2024 en los distintos espacios informativos de TDMás?

Para desarrollar el objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024”, se utilizará la entrevista a profundidad para contestar las siguientes preguntas:

- ¿Con qué frecuencia se realizan entrevistas en las coberturas del fútbol femenino en TDMás?
- ¿Cuánto tiempo de cobertura se dedica a los equipos de fútbol femenino en comparación con otras categorías deportivas?
- ¿Existe una diferencia significativa en la duración de la cobertura entre el fútbol femenino y el fútbol masculino en TDMás?

- ¿Se observa una diferencia en la cobertura de ciertos equipos de fútbol femenino sobre otros?
- ¿Cuáles podrían ser las razones de esta diferencia?
- ¿Qué tipos de preguntas se formulan en las entrevistas post partidos del Torneo de Clausura del fútbol femenino?

Utilizaremos el análisis documental, ya que es una técnica para la recopilación de información, para contestar las preguntas del objetivo “Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”

- ¿Qué tipos de formatos se utilizan en los posteos? (Ej. imagen fija, video, carrusel, transmisión en vivo, texto con enlace, infografía, etc.)
- ¿Se utiliza un solo formato por publicación o hay combinaciones (video + texto, imagen + enlace, etc.)?
- ¿Qué formato predomina en la cobertura del torneo?
- ¿Hay diferencias en los formatos utilizados para distintos momentos del torneo? (Inicio, jornada regular, semifinales, final)
- ¿Qué nivel de interacción generan los distintos formatos? (número de reacciones, comentarios, compartidos)
- ¿Los formatos utilizados invitan a la participación del público (por ejemplo, preguntas, encuestas, llamados a comentar)?

La entrevista a profundidad es una conversación intencionada en la que el entrevistador busca comprender el mundo del entrevistado desde su propia perspectiva.

Es por ello que para el objetivo “Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

- ¿Qué tipos de formatos ha identificado que TDMás utiliza con mayor frecuencia para cubrir el fútbol femenino en Facebook (videos, imágenes, carruseles, transmisiones en vivo, infografías, etc.)?

- ¿Cómo percibe la relación entre el formato utilizado y el tipo de contenido que se presenta? (Por ejemplo: ¿hay una tendencia a usar videos solo para goles o resúmenes?)
- ¿Considera que los formatos elegidos por TDMás favorecen el alcance y la interacción del público con el contenido del fútbol femenino?
- ¿Qué tipo de figuras (jugadoras, cuerpo técnico, árbitras, afición, directivos) tienen mayor protagonismo en los posts de TDMás sobre el fútbol femenino?
- ¿Qué tanto espacio se da en los formatos a la voz de las propias jugadoras? ¿Se visibilizan sus historias personales o solo su rendimiento deportivo?
- Desde su perspectiva, ¿cómo describiría el enfoque general de la cobertura de TDMás en redes: informativo, emocional, celebratorio, crítico, superficial?
- ¿Cree que los formatos utilizados permiten visibilizar adecuadamente la calidad del torneo de fútbol femenino?
- ¿Considera que se aprovechan suficientemente los formatos digitales (como Facebook) para promover valores como la equidad, diversidad y profesionalización del fútbol femenino?

Para nuestro caso vamos a utilizar el análisis estadístico para contestar las preguntas del objetivo “Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posts en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

- ¿Qué porcentaje de los posts se realizaron en formato de imagen, video, carrusel, transmisión en vivo, enlace o solo texto?
- ¿Cuál es el formato más utilizado por TDMás durante el torneo de clausura femenino 2024?
- ¿Hay alguna relación entre el tipo de formato y el momento del torneo (por ejemplo, más videos en la final)?
- ¿Qué porcentaje de los posts se centra en resultados, entrevistas, estadísticas, curiosidades, análisis, entrenamientos, o promoción de partidos?

- ¿Qué temas aparecen con mayor frecuencia en los posts?
- ¿Qué proporción de publicaciones aborda temas relacionados con el desarrollo del fútbol femenino (por ejemplo: infraestructura, formación de jugadoras, ¿visibilidad)?
- ¿Cuántos posts promueven valores como la equidad de género o el empoderamiento femenino?

Operacionalización de variables

Objetivo específico	Variable	Indicador	Definición Conceptual	Definición instrumental
<p>Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.</p>	<p>Enfoque</p>	<p>Tipo de tratamiento de la noticia utilizado</p> <p>Tipo de enfoque utilizado</p> <p>Cuanto utilizan los medios para dedicarle al fútbol femenino</p> <p>Cuál es el punto de vista de los periodistas que cubren fútbol femenino</p> <p>Duración de la cobertura del fútbol femenino</p> <p>Enfoque editorial general</p> <p>Control editorial en la cobertura</p> <p>Frecuencia y horario de transmisión.</p> <p>Línea editorial impuesta a los periodistas.</p> <p>Presencia de mujeres en la cobertura.</p>	<p>El enfoque como instrumento en una investigación se refiere a la perspectiva metodológica utilizada para recolectar, analizar e interpretar los datos.</p>	<p>Para medir el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas, el instrumento que se recurrió para recolectar la información fue entrevista a profundidad, análisis documental y estadística.</p>

		<p>Tipo de discurso en las coberturas del fútbol femenino.</p> <p>Diferencias en el tono y profundidad de la narración.</p>		
<p>Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.</p>	<p>Enfoque</p>	<p>Frecuencia del uso de entrevistas en las coberturas del fútbol femenino</p> <p>Tiempo de cobertura dedicada a los equipos fútbol femenino</p>	<p>El enfoque en una investigación se refiere al marco metodológico que guía el proceso de recopilación, análisis e interpretación de los datos.</p>	<p>Para medir el enfoque de TDMás emplea en las coberturas de los equipos, se recurrió al instrumento de entrevista a profundidad con un experto, en este caso periodistas deportivos de TDMás.</p>
		<p>Comparación de la duración de la cobertura entre el fútbol femenino y masculino</p> <p>Diferencia de cobertura de ciertos equipos sobre otros</p> <p>Tipos de preguntas formuladas en las entrevistas post partidos</p>		

<p>Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posts en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.</p>	<p>Formatos</p>	<p>Formatos</p> <p>Porcentaje de publicaciones con video</p> <p>Porcentaje de publicaciones con imagen estática</p> <p>Porcentaje de publicaciones con carrusel</p> <p>. Porcentaje de publicaciones con transmisiones en vivo</p> <p>Relación entre formato y tema abordado</p>	<p>Los formatos determinan cómo se estructura la información y qué tipo de elementos acompañan la publicación, influenciando su alcance, recepción e impacto en la audiencia.</p>	<p>Para ver los formatos de los utilizados por TDMás en la cobertura, se analizará con un cuestionario de preguntas y análisis documental.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cuadro N.3

Cronograma de trabajo

Etapas	Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Construcción del Objeto de Estudio	Revisión y cambios finales al diseño de investigación	■	■														
Verificación empírica	Depuración de instrumento de recolección de la información	■	■	■													
	Recolección de la información			■	■	■	■	■	■	■							
	Preparación de los datos para el análisis (elaboración de tablas, gráficos, síntesis)					■	■	■	■	■	■	■					
	Análisis de datos e interpretación de los datos						■	■	■	■	■	■					
Interpretación de resultados y conclusiones	Redacción de informe parcial									■	■	■	■	■			
	Reducción del informe final													■	■	■	■

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo presenta un análisis del enfoque comunicativo que el canal deportivo TDMás empleó durante las transmisiones del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino costarricense.

En un contexto deportivo y social la cobertura del fútbol femenino en Costa Rica continúa enfrentando importantes desafíos, a pesar del avance de este deporte en el país, la cobertura brindada por TDMás durante el Torneo de Clausura 2024 evidenció limitaciones en cuanto a tiempo de exposición, profundidad del análisis y representación de las jugadoras, ya que no todos los equipos recibieron la misma cobertura brindada.

En la presente investigación se hipotetiza que el tratamiento periodístico de TDMás contribuyó más a la reproducción de un modelo informativo básico que a la construcción de una narrativa profunda, integral y representativa del fútbol femenino durante el Torneo de Clausura 2024.

Este análisis da respuesta a los objetivos específicos de la investigación: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024, y además determinar si fue una cobertura equitativa y representativa que contribuye a la visibilización y valorización del deporte femenino.

Para buscar la respuesta a estos objetivos se efectuaron cuatro entrevistas a expertos en fútbol femenino en temas de cobertura, transmisiones, experiencias y programas deportivos, con el fin de obtener una perspectiva más profunda sobre el enfoque editorial y narrativo que TDMás aplica al fútbol femenino.

Las muestras incluyeron: por el medio de comunicación TDMás (como medio de comunicación de estudio) la periodista Adriana Hernández y Pablo Segura, periodistas vinculados directamente a las transmisiones del Torneo de Clausura del Fútbol Femenino 2024. Jackeline Álvarez, exjugadora profesional que actualmente trabaja como comentarista en Multimedios; y Melissa Alvarado, periodista de Canal 7, reconocida por su cobertura constante del fútbol femenino en Costa Rica.

Cada entrevista permitió analizar el discurso desde diferentes perspectivas profesionales, aportando criterios sobre su experiencia en el tratamiento informativo, el análisis de contenido de los programas y las coberturas de los equipos.

4.1 Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024

En este apartado se buscará analizar el enfoque editorial y narrativo que TDMás empleó en la cobertura del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino costarricense.

Para ello, se tomaron en cuenta transmisiones, fragmentos de videos, y entrevistas a periodistas. A partir de este análisis se busca comprender cómo fueron construidas las transmisiones.

Adriana Hernández, periodista deportiva, describe la visión que se tiene en el canal de TDMás respecto al fútbol femenino: “El objetivo de TDMAS desde hace seis años fue darle y ha sido darle mucho auge al fútbol femenino y mucha visibilización. Ahora, que se ha cumplido, sí, se ha cumplido, tal vez no como se ha querido, porque creo que no solo es un trabajo que tiene que hacer la televisora, tienen que ser los equipos en conjunto”.

Se evidencia que, si bien desde TDMás existe una intención y compromiso claro en aportar a la visibilización del fútbol femenino, los esfuerzos no siempre se traducen en una cobertura integral o constante. Esto es una realidad de lo que se vivió en el Torneo de Clausura, no existió igualdad de cobertura para todos los equipos femeninos participantes en dicho Torneo.

La razón principal por la que no hubo una cobertura igualitaria durante el Torneo de Clausura fue que TDMás no transmitió todos los partidos del campeonato. Esto provocó que algunos equipos tuvieran mucha más exposición mediática que otros, ya que solo ciertos encuentros fueron seleccionados para ser televisados.

Como resultado, hubo clubes que casi no aparecieron en pantalla, lo que afectó directamente su visibilidad ante la afición, medios y posibles patrocinadores. Esta situación limitó las oportunidades para que todos los equipos tuvieran el mismo nivel de reconocimiento, algo que va en contra del principio de igualdad que se espera en una cobertura deportiva justa.

Por su parte Pablo Segura, narrador y periodista deportivo de TDMás, señaló que la línea editorial del canal respecto al fútbol femenino ha sido tratar las transmisiones de manera similar a cualquier otra categoría: “Era hacer la transmisión de los partidos que correspondían, no hay una diferencia en uno u otro”.

La logística y el enfoque operativo eran los mismos que se aplicaban para partidos de otras divisiones como el ascenso, lo que sugiere una intención de normalizar el fútbol femenino dentro de la agenda deportiva del canal. Sin embargo, estas transmisiones solo eran para algunos equipos, no todos del campeonato nacional. Esto también se puede evidenciar en la forma en que se abordan ciertos partidos al aire. Durante la transmisión del encuentro entre Saprissa y Sporting, Pablo Segura comentarista de la transmisión del partido menciona que: “estos partidos son los que más jalan audiencia en el fútbol femenino, por eso siempre tratamos de tenerlos en pantalla.” (Ilustración 1).

La cobertura sigue estando condicionada por criterios de popularidad y audiencia. Por tanto, la visibilidad no es igual para todos los equipos, lo que limita el alcance real del esfuerzo por normalizar la disciplina. Aun así, hay voces que reconocen avances en comparación con años anteriores, especialmente en cuanto al interés de los medios por acercarse a los clubes.

Jackeline Álvarez, exjugadora y actual trabajadora en medios deportivos, reconoce una evolución positiva en la forma en que se transmitió el Torneo. Según su testimonio, en los últimos años se ha percibido un cambio significativo en términos de visibilidad comparado a su temporada como jugadora: “Obviamente, sí, un cambio significativo donde ya la televisión, la radio, ya se acercaron a los clubes para darles ese apoyo de poder visibilizar el fútbol femenino”.

De acuerdo a la opinión de Álvarez, se destaca que esta apertura mediática ha sido clave para atraer un público que anteriormente no tenía contacto con el deporte, menciona como las finales en el Estadio Alejandro Morera Soto, donde se registraron llenos totales, con 16.900 personas según informó UNNIFUT.

Esta opinión refleja que los avances en la cobertura han tenido un impacto directo con el público, sin embargo, también deja ver que los puntos altos en el crecimiento han estado ligado a momentos puntales, como, por ejemplo, una final Liga Deportiva Alajuelense y el Deportivo Saprissa, dejando de lado equipos que no tienen tanto apoyo económico.

Hernández, señala que la cobertura del Torneo presentó variaciones dependiendo del tipo de partido o etapa del torneo, según menciona, los elementos que más varían es el tiempo de exposición previo al encuentro: “puede variar la cantidad de horas o minutos previos que se dan al aire, en fútbol femenino nosotros si son partidos de etapa regular,

normalmente abríamos 15, 20 minutos antes y a veces en alguna final una media hora antes”.

Esta variabilidad en el tiempo de exposición previo a los partidos refleja que la cobertura del torneo del fútbol femenino aún no se ha consolidado como una prioridad estable dentro de la parrilla editorial del canal.

El hecho de que el tiempo de antesala aumente únicamente en instancias finales o en partidos considerados de “mayor atractivo” demuestra que el interés mediático aún está condicionado por la expectativa de audiencia, más que por una apuesta constante por el desarrollo del fútbol femenino.

Además, esta forma de hacer las transmisiones da la impresión de que la cobertura es irregular y poco constante, lo que puede hacer que sea difícil crear un público estable que siga el fútbol femenino con regularidad. Mientras no haya un plan fijo y bien organizado para cubrir todos los partidos, como sí sucede con otras ligas o categorías, será complicado lograr que el fútbol femenino tenga la misma visibilidad, reconocimiento y desarrollo

Álvarez, considera que uno de los aspectos que debe mejorarse en la cobertura del fútbol femenino es la constancia en las transmisiones a lo largo de todo el torneo, mencionó que “tal vez no en solo los partidos importantes de finales. Yo creo que es importante que sea siempre, las transmisiones, y no escoger esos partidos más grandes”.

Melissa Alvarado, periodista deportiva de Canal 7, ofrece una visión sobre la manera en que TDMás transmite los partidos del fútbol femenino en Costa Rica. Para ella, uno de los principales problemas radica en la falta de regularidad y seriedad del torneo, lo cual ha afectado directamente el interés de los medios: “me parece que debido a la poca regularidad de los partidos y a la poca seriedad del torneo como tal, yo siento que las televisoras, incluidos los medios de televisión escrita, como que ya le perdieron el interés a transmitirlo. Para este torneo de Clausura fue un caos porque empezaron unos clubes, se salieron otros, no llegaban ni las futbolistas a jugar, y eso hizo que los medios de comunicación perdieran total interés”.

Según a lo anterior, muestra una parte importante del problema que a veces no se toma en cuenta, no solo es culpa de los medios que no se transmite tanto el fútbol femenino, también influye mucho que el torneo no está bien organizado. Si hay partidos que

cancelan, equipos que se retiran o jugadoras que no llegan, es lógico que las televisoras pierden el interés en transmitir, porque la competencia pierde continuidad y lo atractivo, como sucedió en dicho torneo.

En este sentido, la Unión Femenina de Fútbol (UNNIFUT) no ha demostrado una seriedad suficiente para garantizar un torneo bien estructurado y estable. La falta de planificación y control en aspectos básicos como calendarios, cumplimiento de fechas y participación de los equipos afecta la imagen y la credibilidad del campeonato. Sin un torneo bien organizado, es difícil que los medios puedan hacer una cobertura constante y de calidad, lo que a su vez limita la visibilidad y el crecimiento del fútbol femenino en el país.

Melissa Alvarado también señala que, aunque algunos medios hacen un esfuerzo por reconocer el nivel y la trayectoria de las jugadoras, no todos lo logran. En su experiencia, destaca que TDMás sí se preocupa por conocer a las futbolistas: “En TDMás yo sí sé que velan al menos por saber los nombres, la mayoría de los comentaristas sí conocen la trayectoria de las jugadoras, pero de las otras transmisiones de fútbol femenino que a veces las hacen vía Facebook ni tan siquiera saben quién es el que ponen a narrar y el que comenta no se sabe ni el nombre de las futbolistas”.

Un aspecto positivo de TDMás es que realmente se esfuerzan por conocer y presentar a las futbolistas, mencionando sus nombres y su trayectoria a lo largo de su vida, con el programa realizado por Adriana Hernández. Esto ayuda a que las jugadoras tengan más reconocimiento y que el público pueda conectar mejor con ellas.

Pablo Segura, narrador y periodista deportivo de TDMás, explicó que el canal aplica las mismas directrices para diferentes categorías, pero con una particularidad a favor del fútbol femenino: “para un partido de fútbol femenino incluso nosotros siempre mandamos a un periodista en cancha, en femenino se hacía incluso esa diferencia de enviar siempre a alguien a cancha”. (Ilustración 2).

El hecho que TDMás enviará a una persona a cancha a cubrir el torneo del fútbol femenino, está muy bien, ya que esto le da un valor agregado a la transmisión y permite una cobertura más completa. Sin embargo, también no todos los equipos del torneo recibieron esa misma atención y cobertura, por diferentes razones, ya sea temas económicos o de interés editorial, hubo partidos o clubes que no fueron cubiertos de la

misma forma, esto hizo que la visibilidad no fuese pareja para todos y esto limita el alcance real de los medios de comunicación, en este caso TDMás.

Por estas razones, algunos clubes o encuentros no recibieron cobertura presencial ni transmisión en vivo, como lo fueron los equipos Puerto Viejo, Tsunami, Dimas Escazú, Sporting FC, Municipal Pococí, lo que afectó la visibilidad igualitaria que debería tener el torneo.

Uno de los aspectos recurrentes en las transmisiones realizadas es que era muy evidente el interés por transmitir partidos del torneo como el Clásico Nacional o los encuentros de Liga Deportiva Alajuelense. Jackelin Álvarez evidenció una clara brecha en la cobertura que reciben los distintos clubes: “definitivamente, los equipos que han sido más destacados o importantes son los grandes, los que han tenido clubes en la primera división masculina. En este caso, Saprissa, La Liga... o sea, los grandes son equipos que están siempre en la tabla. Entonces, es algo que se debe mejorar. Yo creo que es importante no enfocarse solo en La Liga y Saprissa, sino también en los equipos que están abajo en la tabla. Los encuentros que tenían más exposición por parte de TDMás eran los clásicos”. (Ilustración 3).

Una de las iniciativas destacadas en el Torneo de Clausura 2024 fue la creación de un espacio exclusivo para el fútbol femenino en televisión nacional. Adriana Hernández, impulsó la propuesta desde su rol dentro de la cobertura mediática, y fue respaldada por sus superiores en TD+ para llevarla a cabo.

“La idea surgió porque anteriormente tenía un programa que abordaba diferentes disciplinas deportivas. Como todo proyecto, cumplió su ciclo, y cuando dejé de hacerlo, le propuse a mi jefe aprovechar ese mismo espacio y horario para crear un programa dedicado exclusivamente al fútbol femenino, ya que en ese momento yo lo estaba cubriendo por completo y era la encargada de esa área. La propuesta les encantó a mis dos jefes, René Picado Ríos hijo y Gabriel Chacón, y ambos me expresaron que querían que yo fuera la representante del fútbol femenino a nivel periodístico en el país.

A partir de ahí, comencé a involucrarme cada vez más en el tema y me asignaron esa responsabilidad. La iniciativa nació de mí, pero ellos me impulsaron y apoyaron desde el inicio. Más adelante, además de estar en cancha, me brindaron la oportunidad de ser

comentarista en el último torneo, dándome su confianza para asumir ese rol en la cobertura del fútbol femenino en TD+.”

“En realidad el programa se creó con el propósito siempre de crear una parte informativa de informarse semana a semana qué venía pasando en el fútbol femenino y conocer historias para darles a conocer a las futbolistas, porque todos tenemos una historia que contar y en el deporte todos tienen una historia que contar. Entonces el objetivo siempre fue eso. Más allá de buscar una polémica, siempre fue un estilo informativo y yo siempre tuve un bloque que era de la biografía, de videos por FF+, el programa se llamaba Fútbol Femenino Más justamente, FF+. Y entonces siempre invitaba o daba a conocer como la historia personal más allá de la cancha de alguna futbolista o alguien tal vez de cuerpo técnico, algo así, pero regularmente era una futbolista.” (Ilustración 4).

Estas respuestas reflejan una iniciativa valiosa que surgió desde la motivación personal de una periodista comprometida con la visibilización del fútbol femenino. El programa no solo llenó un vacío informativo, sino que también permitió contar historias humanas que normalmente no tienen espacio en los medios tradicionales. Este tipo de esfuerzos demuestra que sí hay interés por dar cobertura al fútbol femenino, pero también que muchas veces depende de iniciativas individuales. Programas como FF+ son un ejemplo de cómo los medios pueden aportar al crecimiento del torneo femenino.

Con este análisis realizado sobre el objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”, sobre el enfoque comunicativo que TDMás empleó durante las transmisiones del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino costarricense revela una serie de avances significativos, aunque también señala importantes limitaciones que no pueden ser pasadas por alto.

Se confirma que el canal mantiene un compromiso editorial evidente con la visibilización del fútbol femenino, reflejado en esfuerzos por normalizar su presencia en la programación deportiva, tratando estas transmisiones de manera similar a otras categorías. Este compromiso se materializa, por ejemplo, en la decisión de enviar periodistas a cancha durante los partidos femeninos, lo cual aporta un valor agregado a la cobertura y contribuye a una experiencia más completa para la audiencia.

Sin embargo, a pesar de esta acción, la cobertura de TDMás en el torneo mostró una marcada desigualdad en cuanto a la exposición de los diferentes equipos

participantes. La selección de partidos para transmisión, centrada principalmente en encuentros que atraen mayor audiencia como los clásicos entre Liga Deportiva Alajuelense y Deportivo Saprissa, generó una visibilidad mayor entre los clubes.

Esto limita la capacidad de TDMás para construir una narrativa integral y representativa del fútbol femenino nacional, ya que equipos con menor respaldo económico y menor popularidad quedaron relegados a un segundo plano o, en algunos casos, completamente invisibilizados para el público seguidor de fútbol femenino.

El enfoque adoptado por TDMás responde en gran medida a factores operativos y económicos que condicionan la cobertura. La imposibilidad de transmitir todos los partidos del campeonato responde a restricciones de recursos, tanto técnicos como financieros, y a una estrategia editorial que prioriza el interés del público y la audiencia.

Esta priorización, aunque comprensible en un contexto mediático competitivo, evidencia que la cobertura aún está lejos de ser equitativa y que la construcción de una narrativa profunda y constante requiere no solo voluntad, sino también una estructura sólida de apoyo por parte de UNNIFUT y los equipos en competencia.

Además, el contexto del torneo en sí, caracterizado por falta de regularidad, desorganización por parte de UNNIFUT y problemas administrativos, impactó negativamente en el interés y compromiso de los medios. La ausencia de un calendario estable y la inconstancia en la participación de los equipos repercutieron directamente en la capacidad de TDMás para ofrecer una cobertura consistente y seria, limitando el desarrollo y profesionalización del fútbol femenino.

Esta situación evidencia que la responsabilidad de visibilizar y valorar el deporte femenino no es únicamente responsabilidad de los medios de comunicación, sino también en las instituciones organizadoras que deben garantizar la calidad y estabilidad del torneo.

Se destacan iniciativas como la creación del programa exclusivo "Fútbol Femenino Más" (FF+), impulsado por la periodista Adriana Hernández, que representa un esfuerzo valioso para llenar el vacío informativo y dar a conocer historias personales y profesionales de las futbolistas, más allá de la cancha.

Este tipo de propuestas demuestran que el interés por el fútbol femenino puede materializarse en productos mediáticos innovadores y dedicados, que aportan a la

construcción de una narrativa humana y cercana, facilitando una conexión más profunda con la audiencia.

Aunque el enfoque editorial de TDMás ha mejorado con respecto a años anteriores y ha logrado avances significativos en la visibilidad del fútbol femenino, persisten desafíos importantes relacionados con la cobertura desigual y la falta de continuidad.

La visión de TDMás parece estar dividida entre el deseo de promover el deporte femenino y las limitaciones propias del contexto mediático y deportivo nacional. Para que la cobertura sea verdaderamente representativa y contribuya a la valorización del fútbol femenino, es indispensable que existan esfuerzos coordinados entre los medios, UNNIFUT y los propios clubes, que permitan asegurar recursos, organización y una estrategia de comunicación sostenida en el tiempo.

El enfoque que TDMás empleó en las transmisiones del Torneo de Clausura 2024 representa un paso adelante en la visibilización del fútbol femenino costarricense, pero su efectividad está limitada por factores estructurales, económicos y contextuales que condicionan tanto la profundidad como la equidad de la cobertura.

Para superar estas barreras, es necesario continuar fortaleciendo la institucionalidad del torneo, garantizar mayor regularidad en las transmisiones y fomentar programas especializados que impulsen una narrativa más amplia y plural. Solo así se podrá avanzar hacia una cobertura que no solo informe, sino que también valore y promueva el crecimiento sostenible del fútbol femenino en Costa Rica.

Ilustración 1. Encuentros transmitidos Sporting y Deportivo Saprissa.



Fuente: TDMás

Ilustración 2. Transmisiones TDMás Periodista en cancha.



Fuente: TDMÁS

Ilustración 3. Transmisiones TDMás Clásicos Femeninos.



Fuente: TDMás

Ilustración 4. Programa de visibilización por parte de TDMás a las jugadoras.



Fuente: TDMás

4.2 Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

En este apartado se analiza el enfoque que TDMás aplicó al cubrir a los diferentes equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024. El objetivo es comprender si existió una distribución equitativa en la cobertura de los clubes participantes, o si algunas instituciones recibieron mayor visibilidad que otras, ya sea por factores editoriales, de audiencia o intereses comerciales.

Si bien el canal ha tenido avances en su involucramiento con el fútbol femenino, los datos obtenidos a través de las entrevistas reflejan que no todos los equipos recibieron el mismo nivel de atención durante las transmisiones.

Aunque se reconoce que la presencia del canal en el torneo representa un avance para el fútbol femenino en términos de exposición, las entrevistas realizadas reflejan que no todos los equipos contaron con la misma atención mediática.

Según las fuentes consultadas, hubo una tendencia a priorizar la cobertura de los clubes con mayor popularidad, historia o mejor acceso al área de cobertura, dejando en un segundo plano a equipos con menos visibilidad o recursos.

Este análisis responde directamente al segundo objetivo específico de la investigación: “Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024”, que busca comprender cómo se distribuye la cobertura entre los equipos y qué criterios influyen en dicha exposición.

Para ello, se retomaron las opiniones de cuatro profesionales con experiencia en transmisiones deportivas y análisis de contenido informativo. Las entrevistas realizadas a Adriana Hernández y Pablo Segura, periodistas de TDMás directamente vinculados a las coberturas del torneo, permitieron comprender los criterios editoriales y logísticos que influyen en las decisiones de cobertura. Por su parte, Jackeline Álvarez, exjugadora profesional y actual comentarista en Multimedios, y Melissa Alvarado, periodista de canal 7 especializada en fútbol femenino, aportaron una mirada externa y crítica sobre las dinámicas de visibilidad entre equipos.

Este apartado, se centra en examinar cómo se distribuyó la cobertura entre los equipos del torneo y cuáles fueron los criterios detrás de esa selección editorial. A partir de las entrevistas y los realizadas, se espera identificar si el enfoque que TDMás aplicó fue uniforme o si, por el contrario, reprodujo diferencias que afectan la representación equitativa del fútbol femenino costarricense.

Para ello, se consideraron diversos materiales, estadísticas, fragmentos de video seleccionados y entrevistas con periodistas involucrados en la cobertura.

Melissa Alvarado, periodista deportiva, opina sobre la cobertura que se hizo en los medios sobre los equipos del fútbol femenino durante el torneo de clausura: “Ha sido muy mala en el último torneo, yo siento que no fue culpa de los medios, era culpa de todos los equipos, ya que los equipos dicen que sí, que tienen con qué pelear el torneo, y a mitad de torneo dijeron que ya no les alcanzaba el dinero, que ya no tenían jugadoras, iban a los partidos y tan siquiera cumplían con el mínimo de jugadoras. Entonces yo siento que esa forma hizo que la gente se desinteresara, que los medios de comunicación lo vean como un ‘chingue’, y no le tomen seriedad, porque, al fin y al cabo, si usted ve que la liga se está cayendo a pedazos y que ya todos los equipos están saliendo, eso hace que de verdad la gente no lo tome en serio y menos consuma los medios de comunicación sobre fútbol femenino.”

Se destaca que el problema no solo está en los medios, sino también en la organización y compromiso de los equipos, esto sucede cuando los clubes no pueden mantener una estructura sólida y presentan problemas como falta de jugadoras o recursos, el interés del público disminuye. Esto también afecta cómo los medios perciben y cubren el torneo, generando menos atención y cobertura para el fútbol femenino en el caso de TDMás en el torneo.

Melissa Alvarado, periodista deportiva, dice qué hace falta para que la cobertura del fútbol femenino sea mejor: “Yo siento que tienen que ponerse serios, si veo que la Liga Premier que viene ahora parece que sí va a ser seria, yo como medio de comunicación estaría más atenta a quiénes son los equipos, quiénes son los entrenadores y las jugadoras para que sea más competitivo. Pero siento que la UNNIFUT tiene que comprometerse y ser más seria al informar. No pueden poner la jornada de fútbol el viernes y que los partidos sean ese mismo día. No se puede avisar a la gente que vaya al estadio el mismo día del partido. Tiene que ser un golpe fuerte en los medios para el fútbol

femenino con esta Liga Premier que viene, y decir ‘este es el producto, ayúdenme a venderlo’

Para que la cobertura mejore, los organizadores en este caso UNNIFUT, tienen que planear mejor y ser más responsables con la información. Si avisan con tiempo cuándo son los partidos y promueven bien la liga, los medios y la gente van a interesarse más.

Uno de los aspectos más evidentes al analizar la cobertura de TDMás durante el Torneo de Clausura 2024 es la diferencia en la atención que recibieron los equipos tradicionales frente a los no tradicionales.

Según los datos proporcionados por el propio canal, equipos como Alajuelense y Deportivo Saprissa contaron con una cobertura amplia, con aproximadamente un 70% de sus partidos transmitidos.

En contraste, equipos como Dimas Escazú, Pococí, Puerto Viejo y Sporting apenas alcanzaron un 30% de cobertura. Esta diferencia muestra un enfoque claramente centrado en los equipos de mayor arrastre o popularidad, lo cual refuerza una narrativa en la que solo ciertos clubes reciben visibilidad constante (Ilustración 6).

Aunque es entendible que se prioricen partidos con mayor audiencia esperada, este tipo de cobertura contribuye a la desigualdad en la exposición mediática, limitando el crecimiento y visibilidad de otros equipos y afectando la percepción general del campeonato, lo que afecta su crecimiento y disminuye el interés general por la competencia del torneo (Ilustración 5).

Este tipo de cobertura no pasa solo en el fútbol femenino. En el masculino también se transmiten más los partidos de los equipos grandes o populares. Sin embargo, la diferencia está en que el masculino ya tiene una base fuerte, mucha gente lo sigue, tiene patrocinadores estables y recibe atención constante de los medios. En cambio, el femenino todavía está creciendo, buscando espacio y apoyo. Por eso, repetir ese mismo patrón en el femenino hace que la diferencia entre uno y otro sea todavía mayor. En lugar de ayudar a que más equipos crezcan, se termina dando visibilidad solo a unos pocos, lo que frena el desarrollo parejo del torneo.

Esta disparidad en la transmisión refleja una línea editorial que favorece a los equipos ya consolidados, lo que a su vez impacta directamente en la equidad dentro del torneo. Mientras Alajuelense y Saprissa logran mantenerse presentes en el radar del público y los patrocinadores gracias a su constante visibilidad, los equipos no tradicionales enfrentan mayores barreras para posicionarse y generar interés.

Si bien los medios deben responder a lo que su audiencia quiere ver, también tienen una parte de responsabilidad en apoyar el crecimiento del fútbol femenino. No se trata de culparlos, sino de reconocer que pueden ser aliados importantes en este proceso. Al ofrecer espacios más balanceados y dar visibilidad a más equipos, se fomenta una competencia más justa, lo cual también puede atraer nuevas audiencias y beneficiar al deporte en general.

Sobre la equidad en la cobertura que reciben los equipos del fútbol femenino en los medios deportivos del país, Jackelin menciona que no todos los clubes tienen la misma presencia o protagonismo en los espacios mediáticos. “Definitivamente, los equipos obviamente que han sido más destacados o importantes. Son los equipos grandes que han tenido los clubes de primera división masculina. En este caso, Saprissa, La Liga, los grandes son equipos también que están siempre en la tabla. Entonces, es algo que mejorar. Yo creo que es importante. No solo La Liga, Saprissa, sino también los equipos que están abajo en la tabla.”.

Existe un enfoque desigual en la cobertura, ya que los equipos más conocidos, como Saprissa y Alajuelense, reciben más atención porque están asociados a clubes tradicionales del fútbol masculino y suelen estar en los primeros lugares de la tabla (Ilustración 5).

Sin embargo, esto deja en desventaja a los demás equipos, que también forman parte del campeonato y que merecen tener visibilidad. Para que el fútbol femenino crezca, es importante que los medios se interesen también por los equipos que hoy tienen menos exposición, porque todos aportan al desarrollo del torneo.

Estos equipos que reciben menos cobertura tienen menos oportunidades de atraer patrocinadores, de generar interés en la afición y de que sus jugadoras sean reconocidas o convocadas a selecciones. Además, al no aparecer con frecuencia en medios como

TDMás o redes sociales como Facebook, también se pierde la oportunidad de construir una identidad de club fuerte y de motivar a nuevas generaciones de futbolistas.

Al consultarle sobre la cantidad de tiempo que se dedica al fútbol femenino en comparación con otras categorías deportivas, Pablo Segura, periodista deportivo, explicó que al menos en el ámbito de las transmisiones, el tiempo se reparte de manera justa: el tiempo de cobertura se distribuye de manera equitativa, especialmente cuando se trata de transmisiones”.

El programa de Adriana Hernández ha representado un aporte significativo en la visibilidad y reconocimiento del fútbol femenino en Costa Rica, destacándose no solo por su contenido sino por la constancia y la intención de brindar un espacio estable para este deporte (Ilustración 7).

Según Hernández, el impacto fue notable, en especial porque permitió que familiares de jugadoras de zonas alejadas pudieran verlas en acción a través de la televisión, algo que antes no era posible: “Me alegra mucho el impacto que tuvo no solamente el programa, sino también las transmisiones. Porque gracias a ello, familiares de muchas de las chicas que son de lejos, podían verlas a través de la pantalla. Algo que no pasaba antes, yo creo que eso sí fue un impacto muy positivo”.

Sin embargo, el programa enfrentó dificultades para lograr una participación constante de las jugadoras en entrevistas, lo que evidencia barreras culturales y personales para la exposición mediática, incluso cuando la demanda pública pedía más cobertura:

“Sí te puedo decir, por más intentos que se hicieron muchas veces, yo a veces tenía por semana cinco jugadores que me decían que no, no les gustaba ir a entrevistas”.

Esto refleja un fenómeno común en la cobertura de deportes femeninos, las jugadoras a menudo se muestran extrañas o no se sienten cómodas con la exposición pública, lo que puede limitar la visibilidad que se les da, a pesar del interés o demanda social.

Aun así, Hernández destaca que su programa fue pionero en ofrecer una plataforma constante y amplia para el fútbol femenino en el país, algo que otros medios no han replicado con la misma fuerza ni constancia:

“Más allá de nosotros en Televisora de Costa Rica, ningún medio se ha preocupado por tener algún programa tan estable de fútbol femenino... Más allá de eso ningún otro medio realmente, así como algo tan amplio y constante.”

En cuanto al impacto cultural, Hernández subraya la importancia de este tipo de programas como agentes de cambio que pueden contribuir a derribar prejuicios y a generar mayor valoración del deporte femenino. Reconoce que el cambio es lento y requiere un esfuerzo conjunto, pero insiste en que la comunicación con propósito y la visibilización constante son claves para avanzar:

“Yo creo que ese tipo de programas son muy importantes y sí creo que pueden generar ese cambio cultural, es algo que a uno lo motiva mucho como comunicador también, ser parte de ese cambio, contribuir para que ese cambio en algún momento se dé.”

El programa de Adriana Hernández ayudó a dar más visibilidad al fútbol femenino al mostrar a las jugadoras en entrevistas y transmisiones. Permitió que más personas, incluso familiares lejanos, pudieran ver a las futbolistas en acción. Aunque no todas las jugadoras querían participar, el esfuerzo fue constante. Además, el programa aportó a un cambio cultural al valorar más el deporte femenino y usar la comunicación como herramienta para generar impacto.

Con este análisis realizado sobre el objetivo “Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024”, muestra que la cobertura no fue equitativa entre todos los equipos participantes, reflejando un enfoque editorial selectivo, condicionado por criterios como la popularidad de los clubes, su vínculo con instituciones del fútbol masculino, la expectativa de audiencia y la accesibilidad logística.

Aunque TDMás ha avanzado al incluir el fútbol femenino en su programación, las entrevistas y los datos muestran que no todos los equipos recibieron la misma atención. Los clubes con menos recursos o menos seguidores tuvieron muy poca exposición, lo que dificulta su crecimiento y la posibilidad de atraer apoyo o patrocinadores.

Las razones de esta cobertura no solo dependen del canal, sino también de la organización del torneo. La falta de seriedad en la planificación del campeonato, con

equipos que abandonaron o no cumplieron con los requisitos mínimos, hizo que los medios pierdan interés en cubrir todo el torneo de forma constante.

En la práctica, se les dio más atención a equipos como Liga Deportiva Alajuelense y Deportivo Saprissa, que tuvieron cerca del 70% de sus partidos transmitidos. En cambio, equipos como Dimas Escazú, Puerto Viejo, Pococí o Sporting FC casi no aparecieron, con solo un 25% de cobertura. Esta diferencia hace que muchos equipos queden fuera del foco, lo que les dificulta crecer, conseguir patrocinadores y ganarse un espacio en el torneo. Sin esa visibilidad, es más difícil que el público los conozca y que el campeonato se vea como algo más parejo.

Es importante entender que los medios no solo transmiten información, sino que también ayudan a construir la imagen y el valor del deporte. Por eso, si la cobertura favorece siempre a unos pocos equipos, se refuerzan las diferencias que existen dentro del fútbol femenino.

Ahora bien, no se trata de que los medios pierdan dinero o ignoren lo que su audiencia quiere. Pero sí pueden encontrar formas de equilibrar su cobertura, sin dejar de ser rentables. Mostrar a más equipos puede abrir nuevas oportunidades, atraer otros públicos y ayudar a que el torneo crezca en su conjunto, lo que a largo plazo también puede beneficiar a los propios medios.

A través de los testimonios obtenidos en las entrevistas, se comprende que esta diferencia en la cobertura responde tanto a decisiones internas del canal como a factores externos vinculados a la organización del torneo.

Por un lado, desde TDMás se justifica la selección de partidos en función del interés de la audiencia y la logística operativa, lo que refleja una lógica comercial que prioriza la rentabilidad de las transmisiones.

Por otro lado, voces como la de Melissa Alvarado señalan una debilidad estructural en la organización del campeonato, al mencionar problemas como la programación inconsistente, equipos con dificultades para completar sus nóminas y una falta de planificación por parte de UNIFFUT. Esta situación, según su perspectiva, le resta seriedad al torneo, lo cual también puede afectar el interés de los medios en brindar una cobertura más amplia y constante.

Asimismo, la periodista Jackeline Álvarez considera que hay una concentración mediática en los equipos ligados al fútbol masculino de primera división, lo cual, según su visión, reproduce una lógica excluyente dentro del ecosistema mediático. Esta situación dificulta que los demás equipos tengan una presencia justa en los medios, lo que termina reforzando una brecha estructural ya existente en aspectos como recursos, infraestructura y visibilidad.

Es importante reconocer que los medios de comunicación tienen un rol fundamental no solo como difusores de contenido, sino también como actores que inciden directamente en la construcción de imaginarios sociales y deportivos.

Por tanto, el enfoque editorial adoptado por TDMás al priorizar ciertos equipos sobre otros, aun cuando responde a criterios lógicos dentro del contexto televisivo, contribuye a consolidar desigualdades ya presentes en el fútbol femenino costarricense.

Si el objetivo es verdaderamente aportar al crecimiento de este deporte, es necesario repensar la manera en que se distribuye la cobertura mediática. La visibilidad de los equipos no debería depender únicamente de su historia o tratos comerciales, sino también del compromiso de los medios con una cobertura justa.

Esto no significa que los medios tengan que perder dinero, al ofrecer una cobertura más equilibrada, pueden atraer nuevos públicos y generar interés que a largo plazo beneficie tanto al deporte como a los propios medios. Por eso, una distribución más justa no tiene por qué ser una carga económica, sino una oportunidad para crecer.

TDMás, al ser uno de los principales canales deportivos del país, tiene el potencial y la responsabilidad de implementar políticas editoriales que fomenten una mayor equidad, reconociendo que todos los clubes, sin excepción, forman parte del desarrollo del fútbol femenino.

La inclusión del programa de Adriana Hernández en este análisis permite comprender otra dimensión de la cobertura del fútbol femenino, la importancia de los espacios estables y constantes en los medios de comunicación.

Este programa no solo dio visibilidad a las jugadoras mediante entrevistas y transmisiones, sino que también acercó el fútbol femenino a nuevas audiencias, incluyendo familiares y personas que antes no tenían acceso a este tipo de contenidos.

A pesar de los obstáculos, como la baja disposición de algunas jugadoras a participar en entrevistas, el esfuerzo fue continuo y demostró un compromiso genuino por parte de la producción. Además, se evidenció que este tipo de iniciativas pueden contribuir al cambio cultural necesario para valorar el deporte femenino de forma más justa.

La experiencia relatada por Hernández confirma que cuando hay intención editorial y constancia, los medios pueden convertirse en aliados clave para la promoción y el desarrollo del fútbol femenino.

Por tanto, este programa representa un aporte complementario al análisis general de la cobertura mediática, reafirmando que no solo importa cuánto se transmite, sino también cómo se cuentan las historias y qué espacios se crean para ellas.

En esta investigación se evidencia que lograr una cobertura equitativa no es solo una tarea del medio, sino también de las instituciones organizadoras del torneo. La planificación deficiente, la inestabilidad de los clubes y la falta de comunicación efectiva afectan la calidad del producto que los medios pueden transmitir.

Si bien se ha ido avanzando, el enfoque que TDMás empleó en las coberturas durante el Torneo de Clausura 2024 refleja una distribución no equitativa y una narrativa centrada en los clubes de mayor peso histórico. Este patrón debe ser revisado y replanteado si se busca una verdadera transformación del fútbol femenino en Costa Rica, basada en principios de inclusión, visibilidad y equidad.

Ilustración 5: Cobertura de TDMás

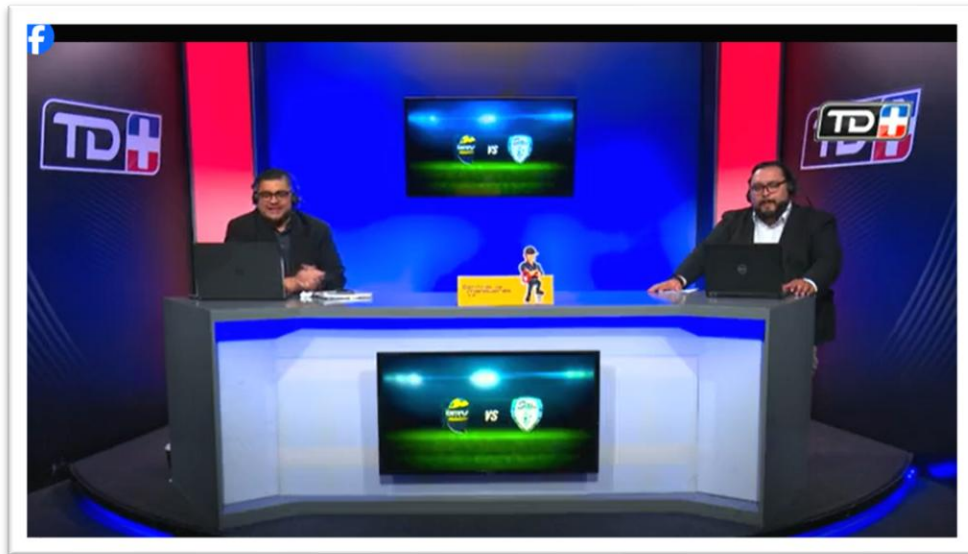


Ilustración 6: Gráfico de la cobertura de TDMás

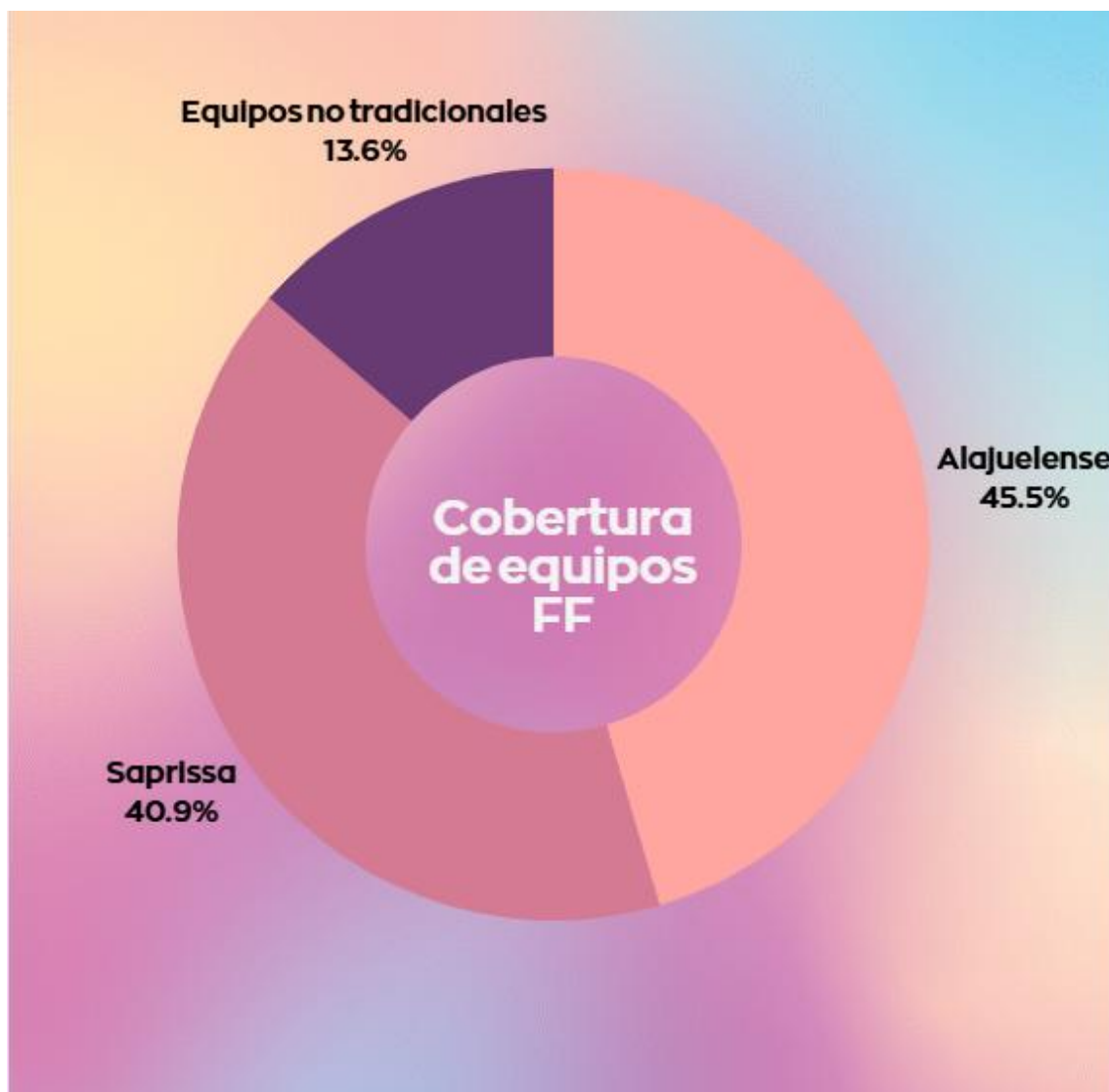


Ilustración 7: Programa de Adriana Hernández de TDMás



4.3 Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

En este apartado se analiza el tipo de formatos que utilizó TDMás para publicar contenido relacionado con el Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino en su página oficial de Facebook.

En un contexto donde las redes sociales tienen un papel clave en la forma en que se informa y se conecta con las audiencias, resulta fundamental observar si estos espacios digitales están siendo aprovechados para dar una mayor visibilidad al fútbol femenino, o si más bien se limitan a replicar el enfoque tradicional y desigual que por años ha existido en los medios.

Este análisis responde directamente al tercer objetivo específico de esta investigación “Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024”.

Se busca conocer si TDMás diversificó sus contenidos (como fotos, videos, transmisiones en vivo, diseños gráficos, etc.) y si hubo un uso intencionado de estos recursos para atraer la atención sobre el campeonato femenino, o si solo se recurrió a formatos básicos sin una estrategia clara de comunicación.

Para este fin, se toma en cuenta la misma muestra de entrevistas con especialistas del medio: Adriana Hernández y Pablo Segura de TDMás, ambos directamente involucrados con las transmisiones del torneo; Jackeline Álvarez, exjugadora profesional y comentarista en Multimedios; y Melissa Alvarado, periodista de Canal 7.

A través de sus opiniones y experiencias, fue posible obtener una visión más completa sobre cómo se maneja el contenido digital cuando se trata de fútbol femenino y si hay un interés real del canal por fortalecer su presencia en redes desde formatos más atractivos, creativos o interactivos.

Además, se hizo una revisión detallada de los posteos en Facebook realizados por TDMás durante la cobertura, para identificar patrones, tipos de publicaciones y frecuencia. Con esto se busca entender si los formatos utilizados logran aportar a la visibilidad del torneo, o si siguen siendo un reflejo de un enfoque básico y poco innovador.

En la actualidad, las redes sociales cumplen un papel clave en la forma en que los medios informan y se relacionan con sus audiencias, por lo que resulta necesario observar si estas plataformas están siendo aprovechadas para dar una mayor visibilidad al fútbol femenino.

De acuerdo con Adriana Hernández, periodista de TDMás entrevistada en el proceso de esta investigación, el manejo de redes sociales no estuvo a cargo de quienes realizaban la cobertura televisiva, sino de otra persona dentro del equipo del canal “lo que se subía prácticamente eran como goles, información de la jornada o las entrevistas, al final las entrevistas flash. Alguna que otra noticia de las jugadoras, sobre todo de las legionarias, en cuanto a anotaciones y eso en general del fútbol femenino. Pero de campeonato nacional prácticamente que te puedo decir eso, más videos de nuestras propias transmisiones.”

El contenido publicado en Facebook se centró principalmente en material reciclado de las transmisiones, como fragmentos de goles o entrevistas cortas al final de los partidos. También se publicaban algunas noticias puntuales sobre jugadoras legionarias, pero no se evidencia una estrategia amplia o variada en el uso de formatos. Tampoco hubo una planificación que buscara aprovechar los recursos visuales y narrativos que ofrecen las redes sociales, como historias, reels, encuestas o gráficos diseñados especialmente para promover el torneo (Ilustración 8).

Este uso limitado de los formatos en redes también contrasta con la importancia creciente que tienen estas plataformas para el desarrollo del fútbol femenino a nivel internacional. La periodista y exjugadora profesional Jackeline Álvarez, enfatizó el papel fundamental que tienen las redes sociales no solo para visibilizar el torneo, sino también para atraer apoyo comercial y generar comunidad, mencionó:

“Mucho, muchísimo impacto. Si no veamos lo que hacen las selecciones de otros países, la selección de España, la selección de México. Yo creo que marca mucho, es una tendencia que es importante, que es fundamental, siempre y cuando también la sepan trabajar. Por medio de las redes sociales, poder tener patrocinadores. Entonces, por ahí es donde digo que el manejo tiene que ser importante.”

Este comentario refuerza la importancia de que medios como TDMás vean las redes sociales como algo más que un lugar para subir videos o entrevistas. Las plataformas digitales pueden ser un espacio valioso para darle visibilidad al fútbol femenino, acercar al público, destacar a las jugadoras y hasta atraer patrocinadores. Si solo se comparten fragmentos de las transmisiones, se está perdiendo la oportunidad de aprovechar todo lo que las redes pueden ofrecer para apoyar el crecimiento del torneo.

La periodista Melissa Alvarado también fue crítica sobre cómo los medios manejan el contenido de fútbol femenino en redes sociales. Según ella, todavía se hace muy poco esfuerzo en este aspecto: “Yo sí considero que es muy poco. Tal vez solo tiran la nota en las redes, en la plataforma de ellos y muy poco la replican en redes sociales. Yo siento que, bueno, yo tengo un programa de fútbol femenino desde hace cinco años y en FUTV es donde se replica todo. Yo intento replicarlo tanto en mi Instagram como en las redes de ellos también para que la gente de verdad, la gente, porque son públicos diferentes, el público que ve Instagram y el público que ve también Facebook, son dos diferentes y uno esperaría que también se abarque ya todo el tema.”

No basta con subir una nota o un video a la página web del canal, también es necesario mover ese contenido en redes, adaptarlo y pensarlo para distintos públicos. Según ella, muchas veces no se aprovecha bien el alcance que pueden tener plataformas como Facebook para llegar a más personas y crear un mayor impacto.

Desde el equipo de TDMás, el periodista Pablo Segura también brindó su punto de vista sobre lo que se publica en redes sociales. Aunque él está más enfocado en la parte de transmisiones, reconoce que lo que más se comparte en la página de Facebook del canal son videos y fragmentos del contenido que ya fue transmitido por televisión. Según comentó:

“En redes lo que se sube son más que todo los goles, entrevistas flash, y a veces algo que tenga impacto noticioso, como alguna jugadora que se haya ido al extranjero o que haya hecho algo importante. Pero no hay una estrategia como tal pensada solo para redes, es más como apoyo a lo que se hace en tele.”

El contenido en redes sociales, en especial en Facebook, se limita a complementar lo que ya se hizo en televisión. No se trabaja una línea digital propia ni se aprovechan

herramientas más dinámicas como infografías, carruseles, reels o contenido exclusivo que invite a la interacción con la audiencia. Esto afecta directamente el alcance que podría tener el fútbol femenino desde las plataformas digitales, especialmente considerando que muchas personas consumen noticias y actualizaciones principalmente desde redes.

Adriana, también reconoció que el manejo de redes sociales del canal no sigue una línea estratégica clara cuando se trata del fútbol femenino. Durante la entrevista explicó que la persona encargada de redes es distinta al equipo de transmisiones, y que lo que se publica suele ser contenido muy puntual. En una de sus respuestas expresó:

“En realidad no hay como una estrategia concreta que diga ‘vamos a publicar esto para enganchar a la gente’. Lo que se sube es más bien lo que sale del partido, como goles, entrevistas, resultados. A veces se hace una nota más elaborada, pero no es lo común.”

No existe una planificación pensada especialmente para redes sociales, sino que el contenido se adapta de lo que ya se generó en televisión. Esto limita el potencial de las plataformas digitales para atraer a nuevos públicos, generar conversación o crear una comunidad más activa alrededor del fútbol femenino. Además, deja claro que no hay una coordinación directa entre el trabajo periodístico que se hace en cancha y el contenido que se publica en redes, lo que debilita la conexión entre ambos espacios.

Sobre si los formatos utilizados por TDMás en redes sociales favorecen el alcance y la interacción del público con el contenido del fútbol femenino, Hernández explicó que esto ocurre en algunos casos, pero no siempre. Además, dejó claro que quienes están a cargo de la cobertura periodística en pantalla no se encargan directamente del manejo de redes, por lo que existe una separación entre ambas áreas. En la entrevista, mencionó:

“Pues algunas veces sí, no todas. No te podría decir que todos los contenidos favorecen al alcance o van hacia el mismo objetivo. Lo que pasa es que las redes sociales tienen ya su estrategia distinta y ante esa estrategia no te podría decir yo cuál es la estrategia que utiliza mi compañero. Ya eso sería como muy con él cuál es la estrategia que tiene él hacia el fútbol femenino porque eso lo manejamos totalmente distinto a lo que es la parte de cobertura periodística de los que estamos frente a pantalla.”

Adriana también comentó sobre qué podría hacer un medio de comunicación para conectar con más personas en redes sociales cuando se trata de fútbol femenino. Más allá

del rol de TDMás, ella señaló que este esfuerzo no depende solo del canal, sino que también debe existir un trabajo conjunto con la liga encargada del torneo. En sus palabras:

“Sí, es que esa parte... El tema aquí es promocionar. Yo creo que la liga femenina UNIFFUT tiene que ir de la mano con las televisoras porque ahí tiene que haber una promoción para llegar al público meta, por ahí de repente nos hemos quedado mucho. Entonces, la UNIFFUT, que es la liga encargada del fútbol femenino, tiene que también hacer su parte para que eso sea un crecimiento dual.”

No solo los medios tienen la responsabilidad de mejorar el alcance en redes sociales, también las instituciones como UNIFFUT deben hacer su parte para que exista una promoción más fuerte, coordinada y constante.

Si no hay un esfuerzo conjunto entre las partes involucradas, televisoras, liga, equipos y jugadoras, el crecimiento del fútbol femenino en plataformas digitales será lento y limitado.

La falta de planificación compartida puede generar vacíos en la estrategia de comunicación y limitar el impacto que podrían tener las redes sociales para atraer nuevos públicos y darle más valor al torneo.

Melissa Alvarado, periodista con experiencia en cobertura de fútbol femenino, también aportó su visión sobre el tipo de publicaciones que pueden tener más impacto en redes sociales.

En su opinión, el contenido más útil para dar a conocer el fútbol femenino es aquel que incluye videos, mini entrevistas y elementos interactivos, ya que estas herramientas permiten atraer al público y generar más interés:

“Las que vengan con videos, las que vengan con mini entrevistas, con juegos. Todo esto de las redes sociales se ha convertido en una muy buena herramienta para que la gente conozca y para que se interese en el fútbol femenino. Usted ve las redes sociales de equipos femeninos en España y son demasiado formales y son serias en cuanto a eso, en cuanto a estarle informando quiénes son las jugadoras, qué menor o contrato. O sea, para nosotros eso es lo mínimo que debería de hacerse y aquí no se hace”.

Además, destacó que los videos son el formato que más reacciones y comentarios suele generar en redes sociales, ya que conectan de forma más directa con la audiencia. Esto aplica especialmente a los goles o momentos llamativos del partido, los cuales pueden ser compartidos para que el público que no vio la transmisión tenga una segunda oportunidad de disfrutar el contenido:

“Yo considero que videos siempre generan, de bonito, la gente como que los amarra más el tema, ya sea para criticar o para alabar a la jugadora o alabar el gol. O sea, yo, por ejemplo, en las redes sociales de UNIFUT yo tiraría los goles de la jornada o algo así para que la gente si no lo vio en la transmisión tenga la oportunidad de verlo en las redes sociales. Solo así se genera más movimiento.”

Este aporte de Melissa coincide con otros criterios señalados en el análisis: los videos y las entrevistas breves no solo permiten informar, sino también emocionar al público y generar conversación, algo clave para aumentar el alcance del fútbol femenino en plataformas digitales.

Otro punto importante relacionado con los formatos utilizados en redes como Facebook es el impacto que estos pueden tener más allá de la difusión de resultados. Pablo Segura, en una de las entrevistas, menciona que, aunque se ha avanzado en la visibilización del fútbol femenino, todavía hay un largo camino por recorrer en temas como la equidad, la diversidad y la profesionalización del deporte: “se ha avanzado en la visibilización del fútbol femenino, pero aún falta mucho por crecer en el área del fútbol femenino.”

No basta con compartir contenido, sino que también es necesario que ese contenido esté alineado con valores que aporten al desarrollo integral del fútbol femenino en el país. Las redes sociales pueden ser una herramienta poderosa para educar, inspirar y profesionalizar, si se usan de forma estratégica y con un enfoque más humano y constante.

En relación con el aprovechamiento de las plataformas digitales para fortalecer la profesionalización y el seguimiento del fútbol femenino, Melissa Alvarado fue enfática al señalar que todavía hay un gran rezago, especialmente en el rol que debería cumplir UNIFFUT: “Creo que falta muchísimo, la raíz de la información debería venir del Facebook y las redes sociales de UNNIFUT, la comunicación de UNNIFUT es pésima,

la manejan muy mal, las redes sociales ni para qué decirlo. Entonces no se está aprovechando en absoluto para poder comunicar bien y para que se vea profesional en realidad. Uno entra a las redes sociales de UNNIFUT y por meses no informan absolutamente nada. Y hay un punto importantísimo en cualquier red social.

Se evidencia que una de las principales debilidades del fútbol femenino costarricense es la falta de una comunicación institucional clara, constante y profesional por parte del ente rector del torneo.

A pesar de que las redes sociales tienen el potencial para generar una conexión directa con la afición y fortalecer la imagen del campeonato, su uso sigue siendo deficiente. Como señala Melissa, la ausencia de información básica y la inconstancia en las publicaciones generan una sensación de abandono, lo cual impacta negativamente tanto en el seguimiento del público como en la percepción de seriedad del torneo.

En este sentido, es evidente que el trabajo en redes sociales no puede depender únicamente de los medios de comunicación como TDMás, sino que debe existir un compromiso conjunto con UNNIFUT para garantizar una estrategia digital integral. De no corregirse esta deficiencia, se seguirá desperdiciando una herramienta clave para el crecimiento del fútbol femenino.

Con este análisis realizado, los formatos que TDMás utilizó en su página oficial de Facebook durante la cobertura del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino, se puede concluir que el canal no aprovechó del todo el potencial que tienen las redes sociales para apoyar la visibilidad y el crecimiento de este deporte.

Aunque sí hubo publicaciones relacionadas con el torneo, estas fueron muy básicas y repetitivas, limitándose en su mayoría a compartir goles, entrevistas rápidas y algunos datos puntuales de resultados o jugadoras destacadas.

No se encontró una estrategia clara que mostrara un esfuerzo por conectar más con el público o por hacer que el contenido fuera más atractivo, como lo permiten formatos como los reels, las encuestas, las historias o las infografías. Más bien, lo que se publicó en Facebook fue una extensión de lo que ya se había transmitido por televisión, sin buscar generar una experiencia diferente o más interactiva para quienes siguen el torneo por redes sociales.

También se identificó que el equipo encargado de redes sociales en TDMás no es el mismo que trabaja en las transmisiones en vivo. Esto genera una separación entre lo que pasa en pantalla y lo que se publica en línea, lo cual limita mucho la posibilidad de construir una comunicación más completa y coordinada. Varios de los periodistas entrevistados, como Adriana Hernández, Pablo Segura, Jackeline Álvarez y Melissa Alvarado, coincidieron en que este manejo poco planificado afecta directamente la manera en que se difunde el fútbol femenino.

Para lograr una mayor visibilidad y profesionalización del fútbol femenino, es necesario que tanto los medios como las instituciones involucradas trabajen juntos en una estrategia digital más fuerte, creativa y bien organizada. Las redes sociales no solo deben usarse para repetir lo que ya se transmitió por televisión, sino como un espacio valioso para emocionar, informar, y, sobre todo, acercar este deporte a más personas.

Además, es importante considerar que el uso limitado de los formatos digitales no solo afecta la cantidad de personas que ven el contenido, sino también la calidad del vínculo que se puede crear con la audiencia. Hoy en día, las redes sociales permiten no solo informar, sino también emocionar, contar historias y generar comunidad. Cuando no se aprovechan herramientas como reels, fotos, o publicaciones interactivas, se pierde una gran oportunidad de conectar con el público de forma más cercana y significativa.

También se debe tener en cuenta que muchas personas jóvenes consumen principalmente contenidos desde redes sociales. Si el canal no adapta su comunicación a estos nuevos hábitos, corre el riesgo de quedar rezagado o desconectado de esas audiencias. Por eso, más allá de solo subir fragmentos de los partidos, lo ideal sería generar contenidos que enganchen, que expliquen, que inspiren y que mantengan viva la conversación sobre el fútbol femenino durante todo el torneo.

Los formatos utilizados por TDMás en su página oficial de Facebook durante la cobertura del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino fueron limitados, repetitivos y poco estratégicos. Si bien hubo algunas publicaciones relacionadas con el torneo, como videos de goles o entrevistas rápidas, no se observó un esfuerzo claro por diversificar los contenidos ni por aprovechar todas las posibilidades que ofrecen las redes sociales. El canal optó por reproducir fragmentos de las transmisiones televisivas, sin generar una experiencia distinta o más dinámica para quienes siguen el torneo desde lo digital.

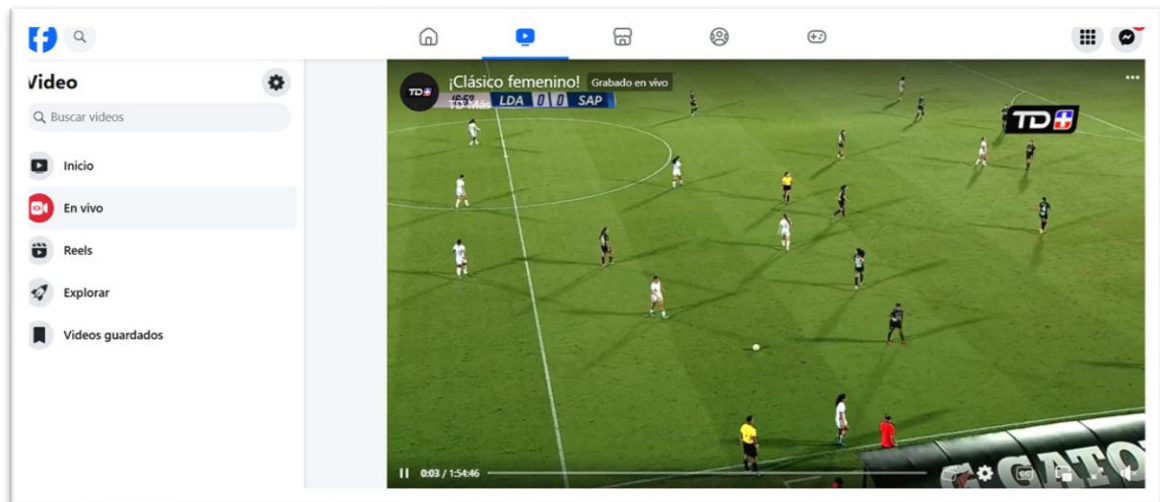
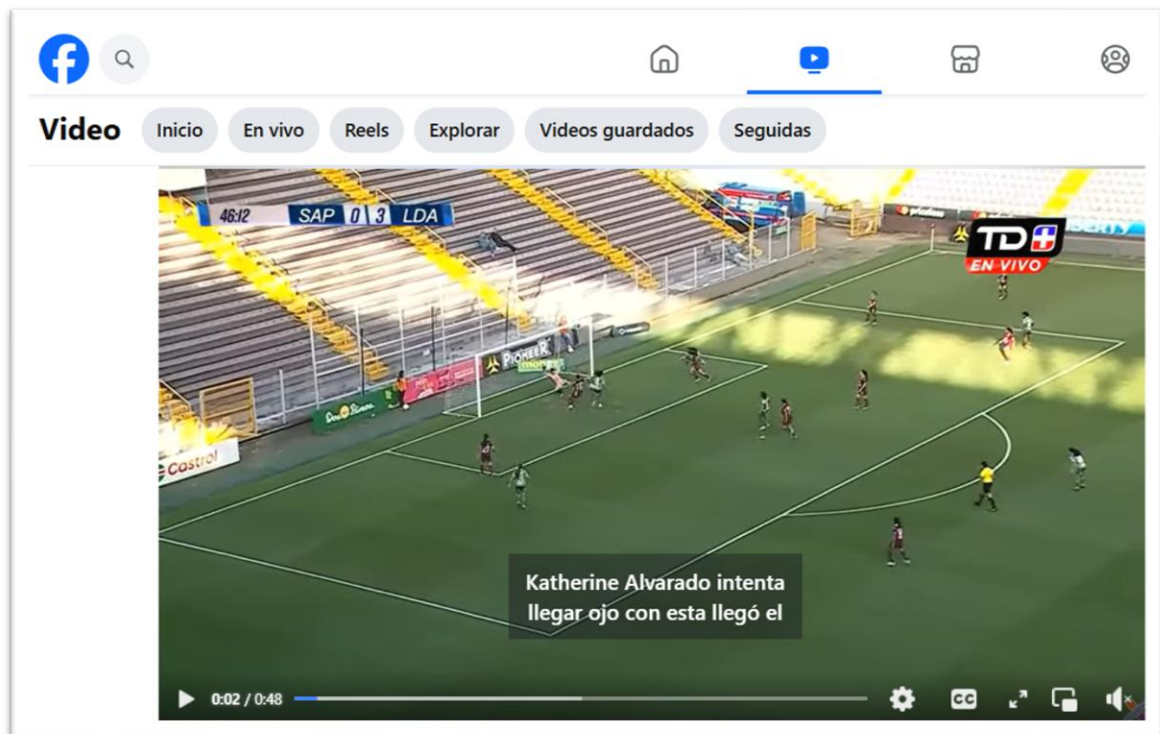
También es necesario reconocer que la responsabilidad no recae únicamente en TDMás. Instituciones como UNIFFUT deben asumir un rol más activo en la construcción de una estrategia conjunta de promoción en redes sociales. Sin una comunicación clara, constante y profesional desde el ente rector del torneo, se pierde fuerza y continuidad en el mensaje. La falta de contenido visual atractivo, historias de jugadoras, encuestas o interacciones, afecta directamente la posibilidad de generar interés y conversación en torno al campeonato.

Por otro lado, no aprovechar recursos como reels, gráficos, trivias o videos exclusivos, significa desaprovechar una de las herramientas más poderosas para conectar con nuevas audiencias, especialmente jóvenes, que consumen el deporte desde sus teléfonos o redes. Hoy más que nunca, las plataformas digitales son clave para visibilizar y profesionalizar el fútbol femenino. No basta con subir un gol o una entrevista, se necesita crear contenido que emocione, que informe, y que invite a las personas a seguir y apoyar el torneo.

Por lo tanto, se puede decir que el objetivo específico número tres, que consistía en identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024. Los formatos usados por TDMás en Facebook durante este torneo fueron limitados y poco variados. No hubo un esfuerzo real por innovar ni por crear una estrategia digital pensada especialmente para atraer al público y mejorar el seguimiento del campeonato.

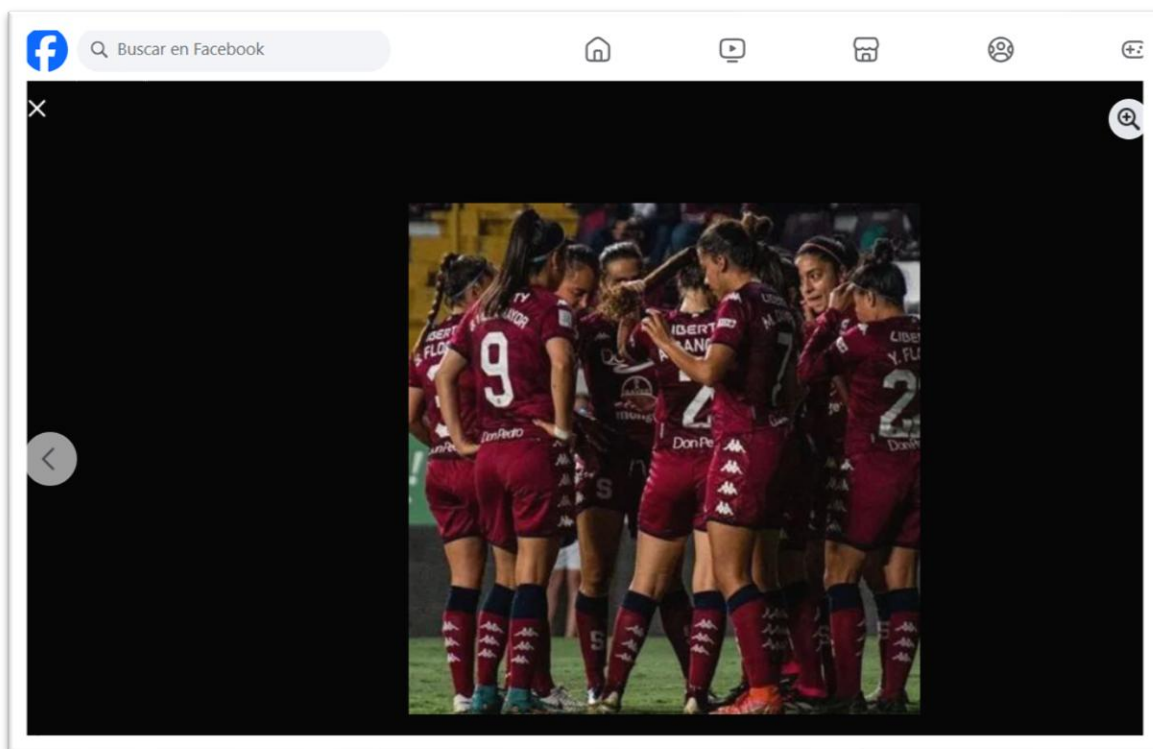
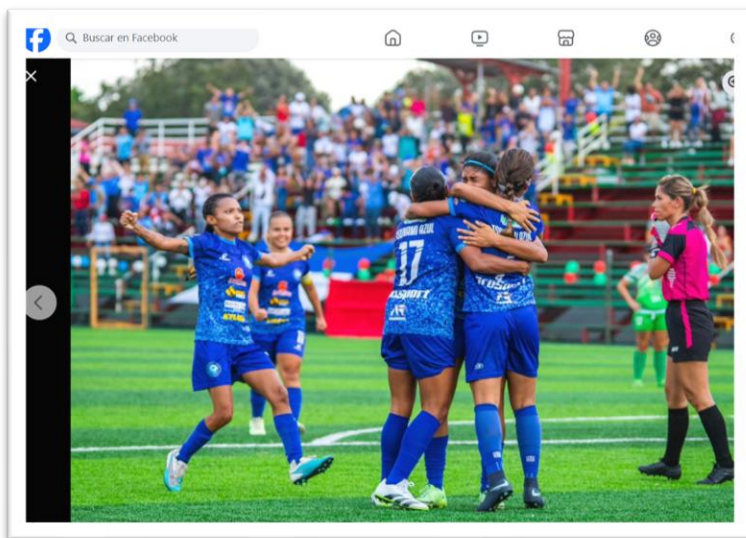
Esta situación representa una oportunidad desaprovechada, sobre todo si se toma en cuenta que muchas personas hoy se informan y se conectan con el deporte a través de redes sociales. Esta situación representa una oportunidad clara de mejora para futuras coberturas, donde una estrategia más dinámica, creativa y bien coordinada podría marcar una gran diferencia en el crecimiento y la proyección del fútbol femenino en Costa Rica.

Ilustración 8 : Transmisiones por Facebook de TDMás



Fuente: Redes Sociales TDMás

Ilustración 9 : Posteos de TDMás en Facebook



Fuentes: Redes Sociales TDMás

Ilustración 10: Transmisión de TDMás por medio de Facebook



Fuente: Redes Sociales de TDMás

Conclusiones

El presente trabajo de investigación se centró en el análisis de la cobertura que realizó TDMás durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024 en Costa Rica. A lo largo del desarrollo de esta tesis, se buscó examinar de forma crítica cómo este medio abordó sus transmisiones, cómo cubrió a los equipos participantes y cuáles fueron los formatos utilizados en sus publicaciones en Facebook.

Se plantearon tres objetivos específicos: analizar el enfoque que TDMás empleó en las transmisiones, analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos e identificar los formatos utilizados por TDMás para los posts en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024. Este análisis partió del reconocimiento de la importancia que tienen los medios de comunicación en la construcción de percepción y visibilidad del deporte femenino.

Para cumplir con los objetivos propuestos, se aplicó una metodología mixta que incluyó tanto análisis cualitativos como cuantitativos. Se utilizaron distintos recursos como fragmentos de transmisiones televisivas, fotografías, estadísticas y posts en redes sociales, particularmente en Facebook, plataforma donde TDMás tiene una presencia activa.

Además, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con distintas perspectivas sobre la cobertura del fútbol femenino. Estas entrevistas incluyeron a Adriana Hernández y Pablo Segura, periodistas directamente involucrados en las transmisiones del torneo por parte de TDMás; así como a Melissa Alvarado, periodista de Teletica, y Jackeline Álvarez, exjugadora y comentarista en Multimedios.

También se analizaron elementos como el estilo de los posts en redes, los formatos más usados por el canal y las estrategias de comunicación que aplicaron durante la cobertura. Todo este análisis permitió tener una visión más clara y completa del papel que cumple TDMás en la forma en que se muestra el fútbol femenino en Costa Rica, aportando ideas importantes para hablar sobre temas como la visibilidad, la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional de este deporte.

Objetivo específico 1: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024

El análisis realizado sobre el enfoque editorial que TDMás utilizó durante la cobertura del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino en Costa Rica permitió identificar una serie de elementos clave que evidencian tanto avances significativos como limitaciones estructurales en el tratamiento mediático de esta disciplina. Se pudo observar que, si bien existe una intención real por parte del canal de promover la visibilidad del fútbol femenino, dicha intención no siempre se traduce en una cobertura equilibrada ni continua a lo largo del torneo.

Uno de los aspectos más importantes que reveló este análisis es la marcada desigualdad en el tiempo de exposición que recibieron los distintos equipos participantes. La mayoría de los partidos que fueron transmitidos por televisión corresponden a clubes de alta popularidad o con respaldo institucional sólido, como Liga Deportiva Alajuelense o el Deportivo Saprissa. Esta priorización responde, en gran parte, a criterios de audiencia y rentabilidad, lo cual genera un desequilibrio informativo que limita las posibilidades de crecimiento y reconocimiento de los equipos con menor visibilidad o recursos económicos.

Además, se identificó que el canal sigue ciertos lineamientos editoriales que buscan tratar el fútbol femenino con profesionalismo, replicando el formato de cobertura de otras categorías como el ascenso. Prácticas como enviar periodistas a cancha y reconocer las trayectorias de las jugadoras son esfuerzos que aportan a una cobertura más cercana y humana. Sin embargo, dichas prácticas no se aplican de manera uniforme para todos los equipos ni en todos los partidos, lo que refuerza las brechas existentes dentro del propio torneo.

Otro elemento clave es la variabilidad en la duración de los espacios previos a las transmisiones. Mientras que algunos encuentros contaron con una previa más extensa y producción elaborada, en otros apenas se brindaron minutos antes del pitazo inicial.

Asimismo, el análisis permitió conocer, a partir de voces expertas, que una de las grandes limitaciones en la cobertura no proviene únicamente del medio de comunicación, sino también del entorno organizativo del torneo. Durante el Clausura 2024, hubo

irregularidades como la cancelación de partidos, el retiro de equipos y una calendarización poco clara.

Esta inestabilidad afectó directamente el interés de los medios, ya que la falta de continuidad le resta seriedad y atractivo al campeonato. En este punto, se evidencia una debilidad institucional por parte de UNNIFUT, entidad encargada de velar por el correcto desarrollo de la competencia. Sin una estructura bien planificada, es difícil exigir a los medios una cobertura constante y de calidad.

Pese a estas limitaciones, existen iniciativas dentro del canal que han contribuido al avance del fútbol femenino. Un ejemplo que se destaca es el programa "Fútbol Femenino Más" (FF+), impulsado por la periodista Adriana Hernández. Esta producción llenó un vacío importante en el ecosistema mediático nacional, al ofrecer un espacio exclusivo para contar las historias de las jugadoras, sus trayectorias y logros, alejándose de la lógica de la polémica y el espectáculo. Este tipo de contenidos permiten conectar emocionalmente con la audiencia y dan voz a quienes históricamente han sido invisibilizadas por los grandes medios.

También se destaca el papel de periodistas como Melissa Alvarado, Jackeline Álvarez y Pablo Segura, quienes, desde distintos medios y roles, reconocen la importancia de profesionalizar la cobertura del fútbol femenino, señalando tanto los avances como los puntos que deben ser mejorados. Su participación en esta investigación ayudó a contrastar distintas visiones y aportó elementos valiosos para entender las decisiones editoriales detrás de las transmisiones.

El enfoque que TDMás aplicó en las transmisiones del Torneo de Clausura 2024 muestra una intención clara de apoyar el crecimiento del fútbol femenino en el país. Sin embargo, este compromiso se ve afectado por varios factores.

Entre ellos, destacan decisiones editoriales que priorizaron la cobertura de equipos con mayor reconocimiento, como Saprissa FF o Alajuelense, lo cual responde a intereses de audiencia y convenios comerciales. También influyeron aspectos como la cantidad limitada de personal, tiempo al aire y presupuesto disponible, lo que obligó al canal a seleccionar partidos y contenidos que generaran más impacto. A esto se suma la falta de

planificación efectiva del torneo por parte de las autoridades, lo que complica una cobertura más equitativa entre todos los equipos.

El crecimiento del fútbol femenino no puede depender únicamente de la voluntad de ciertos medios o periodistas, requiere un compromiso compartido entre medios de comunicación, instituciones deportivas y clubes para garantizar igualdad de condiciones, continuidad en la cobertura y una estrategia sostenida que permita construir una narrativa justa y representativa. Solo mediante un trabajo conjunto será posible avanzar hacia una cobertura que contribuya verdaderamente al desarrollo del fútbol femenino costarricense.

Objetivo específico 2: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

Según los análisis mostrados sobre el enfoque de cobertura de TDMás durante el Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino revela que, aunque el canal ha sido una de las principales ventanas de visibilidad para esta disciplina, su cobertura no ha sido igualitaria ni del todo justa con todos los equipos participantes.

Se evidenció una marcada concentración de atención hacia clubes como Saprissa y Alajuelense, mientras que otros equipos, como Dimas Escazú, Suva Sports o Pococí, quedaron con una visibilidad mucho menor. Esta desigualdad responde a una combinación de factores editoriales, económicos y estructurales que influyen en las decisiones del medio.

TDMás prioriza su cobertura según elementos como la popularidad del equipo, el historial de competencia, la facilidad de transmisión, el alcance esperado en redes sociales, y el vínculo que ciertos clubes tienen con el fútbol masculino. Esto genera un desequilibrio, ya que los equipos que no cumplen con esos criterios reciben menos espacio, lo que a su vez afecta su crecimiento, reconocimiento público y posibilidad de atraer patrocinios o más afición.

Se identificó que el medio se enfrenta a limitaciones causadas por la desorganización del torneo, como las reprogramaciones constantes, la falta de información clara y actualizada, y las fallas en la comunicación de UNIFFUT dificultan que TDMás pueda planear y distribuir mejor sus coberturas. No se puede culpar

solamente al canal televisivo TDMás, ya que también existen deficiencias en el entorno del torneo que impactan la producción de contenidos y el enfoque editorial.

Otro aspecto importante es la percepción que tienen periodistas y personas expertas en el tema. Por ejemplo, Melissa Alvarado y Jackeline Álvarez coinciden en que algunos equipos todavía no se proyectan de manera profesional ni generan contenido propio en redes o medios. Esta falta de iniciativa desde los mismos clubes limita su visibilidad, ya que la cobertura mediática no depende únicamente del interés de los canales, sino también del esfuerzo interno de cada equipo por posicionarse ante el público.

A pesar de estas dificultades, el análisis también destaca esfuerzos positivos como el programa liderado por Adriana Hernández. Esta producción fue una propuesta innovadora que ofreció un espacio constante para el fútbol femenino, donde se entrevistaron jugadoras, se analizaron partidos y se le dio seguimiento al torneo. Aunque hubo obstáculos, como la poca respuesta de algunas futbolistas al momento de ser invitadas, el espacio demostró que existe interés en este tipo de contenido y que sí es posible generar una cobertura más profunda, atractiva y estable.

Se puede afirmar que la cobertura del fútbol femenino en TDMás ha tenido avances, pero sigue mostrando limitaciones que deben ser atendidas si se quiere construir un entorno más justo para todos los equipos.

El medio de comunicación tiene una gran responsabilidad como comunicador, pero no puede avanzar solo. También se requiere que las instituciones organizadoras del torneo, los propios clubes y las jugadoras se comprometan con mejorar la calidad del espectáculo, la planificación, y la forma en que se comunican.

Se necesita una mejor organización del torneo, comunicación más clara por parte de UNIFFUT y un mayor compromiso de los clubes para proyectarse de forma profesional. Solo con un esfuerzo conjunto será posible lograr una cobertura más equilibrada, con más visibilidad para todas, y que represente de forma justa el talento y el esfuerzo que hay en el fútbol femenino nacional.

Si se quiere verdaderamente impulsar el crecimiento del fútbol femenino en Costa Rica, es importante que los medios, las instituciones deportivas y los propios equipos se unan para mejorar la forma en que se presenta este deporte ante el público. Esto implica

mejorar el enfoque que tienen los canales como TDMás, dándole oportunidad a todos los equipos por igual, no solo a los más conocidos.

Objetivo específico 3: Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

El análisis sobre los formatos que TDMás utilizó en Facebook durante la cobertura del Torneo de Clausura 2024 del fútbol femenino revela que el canal no aprovechó del todo el potencial de las redes sociales para fortalecer la visibilidad y el crecimiento de este deporte.

Aunque se publicaron contenidos relacionados con el torneo, estos se limitaron principalmente a la difusión de goles, entrevistas breves y noticias puntuales, generalmente material reciclado de las transmisiones televisivas, sin una estrategia clara ni diversificación de formatos para captar y mantener el interés de la audiencia digital.

Este enfoque reduce el impacto que las redes sociales pueden tener, pues hoy en día estas plataformas no solo sirven para informar, sino también para crear comunidades, generar conversación, emocionar al público y atraer patrocinadores, aspectos esenciales para la profesionalización y sostenibilidad del fútbol femenino.

Formatos como videos más elaborados, reels, infografías, encuestas o publicaciones interactivas, que podrían aumentar el alcance y la participación, fueron prácticamente inexistentes o poco aprovechados.

La falta de coordinación entre el equipo que realiza las transmisiones y quienes manejan las redes sociales también limita la calidad y coherencia del contenido, generando una desconexión entre la cobertura televisiva y la digital. Esta separación dificulta que la experiencia del público sea más completa y enriquecedora, y que el canal aproveche al máximo las oportunidades que brindan las plataformas digitales para promover el torneo y sus protagonistas.

Además, se identificó que esta situación no es solo responsabilidad del canal. La comunicación deficiente y poco profesional de la liga organizadora, UNIFFUT, contribuye a que la promoción en redes sociales sea débil y fragmentada. Sin una

estrategia compartida y un compromiso conjunto entre medios, liga y equipos, el crecimiento del fútbol femenino en el entorno digital será lento y limitado.

Los expertos consultados coinciden en que es urgente implementar un plan digital más estructurado, que incluya contenidos variados, creativos y orientados a diferentes públicos, especialmente jóvenes, que son grandes consumidores de redes sociales. Este plan debe fomentar la interacción, contar historias que emocionen y generar un sentido de comunidad en torno al fútbol femenino.

Se evidenció que los formatos utilizados por TDMás en Facebook fueron limitados y poco estratégicos, reflejando una oportunidad desaprovechada para ampliar el alcance y el impacto del torneo, para avanzar en la profesionalización y el desarrollo del fútbol femenino, es necesario que TDMás y UNIFFUT trabajen coordinadamente en una estrategia digital integral, que use todos los recursos que las redes sociales ofrecen para dar mayor visibilidad, generar interés y construir una base sólida de seguidores.

Ante todo, lo ya concluido, este trabajo sobre *el análisis de la cobertura de TDMás durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024* evidenció que, si bien se han dado avances en términos de exposición mediática, la cobertura aún presenta limitaciones importantes que frenan el crecimiento del fútbol femenino en el país.

El análisis permitió comprender que las decisiones editoriales del canal no siempre respondieron a criterios deportivos o de mérito, sino a factores como la popularidad de ciertos equipos, los recursos disponibles y la viabilidad logística, lo que provocó una visibilización desigual entre los clubes participantes.

Por un lado, se reconocen esfuerzos por parte de TDMás al transmitir partidos y dar seguimiento al campeonato, lo cual representa un paso positivo en la intención de fortalecer la presencia del fútbol femenino en el ámbito nacional.

Sin embargo, dichos esfuerzos no fueron suficientes para garantizar una cobertura equilibrada, ya que se priorizó la exposición de equipos con mayor arrastre o respaldo económico, mientras que otros, pese a su rendimiento en cancha, quedaron fuera del foco mediático.

El crecimiento del fútbol femenino en el país depende en gran medida de que los medios de comunicación, las instituciones deportivas y los clubes trabajen en conjunto,

apuesten por una cobertura más equitativa y sostenible, y mejoren sus esfuerzos tanto en producción como en difusión. Solo así se podrá avanzar hacia una representación mediática más justa y acorde al verdadero potencial de este deporte.

Además, el análisis permitió identificar que la cobertura estuvo fuertemente condicionada por factores estructurales ajenos al medio, como la falta de planificación del torneo, la débil comunicación entre UNIFFUT y los canales, y el limitado profesionalismo de algunos equipos en términos de gestión de imagen y contenidos.

Estos aspectos, aunque no son responsabilidad directa de TDMás, influyeron en la manera en que se seleccionaron los contenidos y los partidos a cubrir, y evidencian la necesidad de una articulación más sólida entre las instituciones involucradas.

En cuanto al uso de redes sociales, especialmente Facebook, se evidenció una gran oportunidad desaprovechada. La estrategia digital del canal careció de variedad e innovación en los formatos, limitándose muchas veces a replicar lo transmitido en televisión sin generar contenido propio o interactivo que captara nuevos públicos. Esta falta de planificación y coordinación entre las áreas digitales representa una barrera para ampliar el alcance del torneo y fortalecer su presencia entre las audiencias jóvenes y activas en redes.

A pesar de estas limitaciones, el trabajo también deja ver un camino claro hacia la mejora. Si se consolidan alianzas reales entre medios de comunicación, organizaciones deportivas y los mismos equipos, es posible avanzar hacia una cobertura más justa, diversa y constante. El fútbol femenino en Costa Rica tiene un gran potencial, pero requiere ser acompañado por una estrategia mediática que no solo visibilice los partidos, sino que también narre sus historias, promueva a sus protagonistas y apueste por una representación más equitativa en todos los espacios.

Esta investigación permitió comprender el rol que juegan los medios en la construcción de la imagen del fútbol femenino. TDMás ha abierto una puerta importante, pero el reto ahora está en sostener ese esfuerzo, corregir las desigualdades detectadas y potenciar las herramientas disponibles para lograr un impacto más profundo y transformador. Solo así se podrá avanzar hacia una cobertura que refleje verdaderamente el valor, el talento y la lucha de las mujeres en el fútbol costarricense.

Recomendaciones

El presente capítulo ofrece una serie de recomendaciones basadas en el análisis de la cobertura que realizó TDMás durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024 en Costa Rica. Estas propuestas buscan responder a los tres objetivos específicos de la investigación, ofrecer soluciones a las principales debilidades detectadas y fortalecer los aciertos encontrados.

Las recomendaciones están organizadas en cuatro partes: una dirigida a TDMás, otra con sugerencias didácticas, una enfocada en el impacto social y, por último, una recomendación general que resume el camino hacia una cobertura del fútbol femenino más justa, estratégica y profesional.

Recomendaciones para TDMás:

- Diseñar un plan editorial desde el inicio del torneo que contemple partidos de todos los equipos, sin concentrar la atención únicamente en los clubes más populares. Esto permitirá una cobertura más diversa y justa.
- Establecer criterios editoriales que aseguren la inclusión periódica de equipos con menor visibilidad, como Pococí o Suva Sports, para fomentar el crecimiento mediático de toda la liga.
- Diversificar los formatos en Facebook (reels, entrevistas exclusivas, análisis en vivo, trivias o encuestas) y no limitarse a replicar material de televisión.
- Unificar el trabajo de los equipos encargados de la transmisión y de redes sociales, para ofrecer una experiencia integrada, coherente y atractiva al público.
- Dar continuidad y mayor respaldo a programas como Fútbol Femenino Más (FF+), consolidar este tipo de espacios, dándoles regularidad en la programación y mayor promoción, para que se conviertan en vitrinas estables del talento femenino.
- Promover talleres de formación para periodistas y productores, con el fin de fortalecer la cobertura del fútbol femenino desde una perspectiva crítica, inclusiva y consciente.
- Aumentar el tiempo y la calidad de las previas en todos los partidos transmitidos, como evitar variaciones marcadas entre partidos, estas previas permiten

contextualizar, destacar jugadoras y dar valor al encuentro, independientemente del equipo.

Recomendaciones didácticas:

- Impulsar cursos o talleres que aborden la representación mediática del deporte femenino, basándose en casos reales como el analizado en esta tesis.
- Elaborar contenido pedagógico que muestre cómo se construyen narrativas deportivas y por qué es importante una cobertura equitativa.
- Establecer vínculos que permitan a estudiantes de comunicación colaborar en la cobertura del fútbol femenino, generando propuestas innovadoras.
- Promover espacios de diálogo entre medios, atletas y comunidad académica para compartir experiencias y debatir sobre buenas prácticas de cobertura.
- Usar ejemplos reales de publicaciones de TDMás para que los estudiantes aprendan a evaluar estrategia, formato e impacto del contenido digital.
- Promover que más estudiantes investiguen cómo se representa a las mujeres en otros deportes, contribuyendo a un cambio más amplio.

Recomendaciones sociales:

- Colaborar activamente con UNIFFUT para mejorar la calendarización, la regularidad de los partidos y el acceso a información clara, ya que estas condiciones impactan directamente en la planificación y calidad de la cobertura mediática. TDMás puede usar su posición como medio principal para impulsar estas mejoras.
- Desarrollar campañas sociales y digitales desde TDMás para fomentar el interés del público, utilizando un lenguaje cercano, historias inspiradoras de jugadoras y contenidos que conecten con diferentes audiencias, aumentando así la audiencia de partidos y programas especializados como *FF+*.
- Establecer acuerdos con los clubes para facilitar la asistencia de futbolistas a entrevistas, previas y programas, promoviendo el protagonismo de las jugadoras y humanizando su figura ante la audiencia.
- Movilizar a las audiencias críticas a través de los contenidos del canal, incentivando la conversación pública sobre la representación de las deportistas y la importancia de una cobertura justa y equilibrada. TDMás puede ser un actor clave en este cambio cultural.

El crecimiento del fútbol femenino costarricense requiere de un compromiso articulado entre medios de comunicación, instituciones deportivas y clubes. Aunque TDMás ha dado pasos importantes, aún persisten desigualdades en la cobertura, falta de planificación digital y priorización basada en intereses comerciales.

Para avanzar hacia una cobertura verdaderamente justa y transformadora, es fundamental consolidar una estrategia conjunta que garantice la representación de todos los equipos, promueva nuevas narrativas en redes sociales y profesionalice tanto al entorno mediático como institucional. Solo así se podrá construir una imagen pública del fútbol femenino que refleje su verdadero valor, su diversidad y su potencial como motor de cambio social.

Referencias Bibliográficas

Aliat Universidades. (s.f.). *Medios de comunicación masiva*. Recuperado de https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Arias, R. (2014). Desigualdad de género y brechas estructurales en América Latina. Uruguay. Recuperado de https://static.nuso.org/media/articles/downloads/2_TC_Bidegain_265.pdf.

Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74(7), 361–376. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0497-6>

Chávez-Salgado, D. A. (2016). Fútbol femenino: antecedentes, actualidad y cobertura mediática [Tesis de licenciatura, Universidad San Francisco de Quito, Ecuador]. Repositorio institucional. <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5213>.

Concepto. (25 de setiembre de 2024). Periodismo. Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/periodismo/>.

Creswell, J. W. (2006). Metodología de la investigación (4ª ed.). <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf> (pp. 64-102).

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

CRHoy. (2024). *Hereditario femenino deja la liga: franquicia es adquirida por grupo limonense*. <https://www.crhoy.com>

Cruz-García, E. T. (2021). El fútbol femenino en el ámbito social [Tesis de grado, Universidad Nacional de Tumbes, Perú]. Repositorio institucional. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2541>.

Danhke, G. L. (1989). Metodología de la investigación Fuentes Primarias y Secundarias (4ª ed.).

Durán-Céspedes, W. (2019). La práctica de fútbol en divisiones inferiores: un análisis desde la perspectiva de la Praxeología Motriz [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Plata, Argentina]. Repositorio institucional. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=tesis&d=Jte1757>.

Efdeportes.com. (2015). El fútbol femenino en Costa Rica (1924-2015). Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.efdeportes.com/efd221/el-futbol-femenino-en-costa-rica.htm>.

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. (2023). *Informe sobre la cobertura mediática del deporte en Costa Rica*. Universidad de Costa Rica.

Espinoza Hernández, T. M. (2022). Análisis y recomendaciones para la comunicación estratégica externa por Facebook en el fútbol femenino costarricense. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/4be627cb-f092-4e80-8e70-a483ef7328fe>.

Farías, G. (2024, 13 de junio). Textos narrativos. Concepto. De. <https://concepto.de/texto-narrativo/>.

Fernández Calderón, J. (2023). Análisis de los puntos de crecimiento de la exposición del fútbol femenino de primera división costarricense en TD+ y FUTV, según periodistas deportivos, en el segundo semestre del 2022 en San José [Anteproyecto de tesina].

FIFA. (2023). *FIFA Women's World Cup 2023™ sets new records*. <https://www.fifa.com>

FIFA.com. (s.f.). Costa Rica + femenino. Recuperado de <https://es.fifa.com/search/?q=Costa+Rica+femenino>.

Figueroa-Cadena, J. (2018). Fútbol y periodismo en Quito: Una mirada diacrónica [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador]. Repositorio institucional. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15241>.

Frisby, C. M. (2017). El impacto de la representación mediática en las mujeres poderosas: Cosificación y sexismo en la cobertura olímpica. *Revista de Investigación Científica*, España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5516/551669030004/>.

García, J. (2023) Manual de Periodismo Televisivo. Recuperado de https://www.google.co.cr/books/edition/Manual_de_periodismo_televisivo/W2zLEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=periodismo+televisivo+concepto&pg=PA78&printsec=frontcover

García Márquez, G. (1996). *El mejor oficio del mundo*. Editorial Diana. Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057434006.pdf>.

González, A. (2019). Estrategia de comunicación para la promoción de la disciplina de fútbol femenino en el Recinto Universitario Rubén Darío de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2018. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/9795/>.

González, A., & Martínez, P. (2018). Estrategia de comunicación para la promoción de la disciplina de fútbol femenino en el Recinto Universitario Rubén Darío de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unan.edu.ni/9795/1/98972.pdf>.

González Macías, R. A. (2018). Periodismo deportivo y futbol. Una mirada desde la literatura académica. *Revista Iberoamericana De Comunicación*, (34), 49–61. Recuperado a partir de <https://ric.iberomx/index.php/ric/article/view/56>.

Gusdrof, G. (1996). *La comunicación Humana Grandes Temas Contemporáneos de la Comunicación*.

Hargreaves, J. (1994). *Mujeres deportistas: cuestiones críticas en la historia y la sociología del deporte femenino*. Routledge. <https://uniffut.com/historia/>.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (5ª ed.).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill, (102).

Herrscher, R. (2005). *Periodismo narrativo*. Editorial Norma. Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/49327.pdf>.

Hinojosa-Araujo, D. (2016). *El fútbol femenino profesional: Una perspectiva de género desde Argentina, Costa Rica y México* [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de México, México]. Repositorio institucional. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/65773>.

Iturralde, M. (2019). El fútbol femenino y su presencia en medios de comunicación masivos, Guayaquil 2018. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38641/1/tesis%20MARINA%20ITURRALDE.pdf>.

Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales: teorías, conceptos y hallazgos* (p. 17). Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado de https://books.google.co.ve/books?id=8R_gAgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Kane, M. J., LaVoi, N. M., & Fink, J. S. (2013). Exploring elite female athletes' interpretations of sport media images: A window into the construction of social identity and "selling sex" in women's sports. *Communication & Sport*, 1(3), 269–298. <https://doi.org/10.1177/2167479512473585>

Kapuściński, R. (2001). Los cínicos no sirven para este oficio. Anagrama. Polonia. Recuperado de https://www.anagrama-ed.es/libro/compactos/los-cinicos-no-sirven-para-este-oficio/9788433967961/CM_365.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001). Los Elementos del Periodismo. Estados Unidos. Recuperado de https://books.google.co.cr/books?id=NXQx364hD9YC&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PT206&dq=Elementos+del+periodismo%22+%E2%80%93+Bill+Kovach+y+Tom+Rosenstiel&hl=es-419&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=Elementos%20del%20periodismo%22%20%E2%80%93%20Bill%20Kovach%20y%20Tom%20Rosenstiel&f=false

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). Los elementos del periodismo: lo que los periodistas deben saber y el público debe esperar.

La Nación. (2024). *Expulsiones y caos: la crisis del Clausura Femenino 2024*. <https://www.nacion.com>

Leigh, M., & Thérèse, B. (1977). Revista de Historia del Deporte. Costa Rica. Recuperado de <https://uniffut.com/historia/>.

Martínez Albertos, J. L. (1997). *La información periodística*. Madrid: Síntesis. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81986003.pdf>

Martínez de Sousa, J. (1981). *Diccionario general del periodismo* (p. 71). Madrid: Ediciones Paraninfo. Recuperado de <https://ventanasur.wordpress.com/2010/08/06/periodismo-deportivo-%C2%BFperiodismo-light/>

Martini, E. (2004) *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Recuperado de https://www.google.co.cr/books/edition/Periodismo_noticia_y_noticiabilidad/dSITRGdyCwC?hl=es-419&gbpv=1&dq=noticias+definicion&pg=PA33&printsec=frontcover

Mata, L. (26 de noviembre de 2019). Marco metodológico de investigación. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>.

McCann, M. (2016). *El fútbol femenino: Las implicaciones de ser una futbolista femenina en una cultura machista*. Smith College. Ecuador. Recuperado de https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2322/.

Medrano, M. (1995). *Educación, mujer y sociedad en Costa Rica (San José, 1889-1949)* [Tesis de licenciatura en historia]. Universidad Nacional de Costa Rica.

Noguera, Y. (2023). *Guía para una cobertura periodística*. Recuperado de https://colper.or.cr/wp-content/uploads/2024/09/Guia_cobertura_-_periodistica_web.pdf.

Peña, T., & Pirella, J. (2007, junio). La complejidad del análisis documental. *SciELO*. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17402007000100004

Ramírez, S. (2017). *Género y deporte: más allá del balón*. Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. Recuperado de <https://www.uv.mx/prensa/general/en-el-deporte-tambien-hay-desigualdad-de-genero/#:~:text=%E2%80%9CLa%20inequidad%20en%20el%20deporte,hombre%20y%20dedicarse%20al%20hogar.%E2%80%9D>

Ramírez Obando, B. (2019). *Crecimiento económico y profesional en el fútbol femenino por la influencia de los medios de comunicación en el período de junio a diciembre 2019, caso TDMás* [Tesina de bachillerato].

Robles, B. (2011, diciembre). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. SciELO. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004

Rojas, C. (2002). Metodología de la investigación (4ª ed.) recuperado de <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>

Salazar, S. (2016). *Desarrollo de fútbol femenino y su importancia en el sector escolar privado de la zona 1 y 2 en la ciudad capital de la República de Guatemala*. Repositorio institucional. <http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/625/1/TESIS%20DESARROLLO%20FUTBOL%20FEMENINO%20%28ULTIMA%29%20SUSSY%20SALAZAR.pdf>.

Sarasola, J. (19 de enero de 2025). *Muestras no probabilísticas (muestreo no probabilístico)*. Ikusmira. Recuperado el 03 12 2025 de <https://ikusmira.org/p/muestras-no-probabilisticas-muestreo-no-probabilistico>.

Smith, B. (2011). *Análisis estadístico*. SAS Institute. https://www.sas.com/es_es/insights/analytics/statistical-analysis.html.

StreannMedia. (2023, septiembre 28). *TDMás amplía su oferta deportiva en Costa Rica a través de su plataforma digital*. PR Newswire. Recuperado de <https://www.prnewswire.com>.

Taylor, H. (2024). La cobertura mediática del deporte femenino está en auge. Estados Unidos. Recuperado de <https://impact.paritynow.co/womens-sports-media-coverage-is-booming>

Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2016). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource* (4th ed.). Wiley.

Toffoletti, (2016). INEFC Generalitat de Catalunya. Representación mediática de las deportistas en los Juegos Olímpicos: una revisión sistemática. <https://www.redalyc.org/journal/5516/551669030004/>

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Social Forces. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/246750128_Making_News_A_Study_in_the_Construction_of_Reality

UNIFFUT. (2015). El fútbol femenino en Costa Rica. <https://uniffut.com/historia/>

UNIFFUT. (2024). *Reglamento de Competición de la Primera División Femenina 2024*. <https://www.uniffut.com>

UNIFFUT. (s.f.). *Organización de la Liga Promerica Femenina*. <https://www.uniffut.com>

Urbina (2001). El fútbol femenino en Costa Rica. Uniffut. <https://uniffut.com/historia/>

Urbina-Gaitán, C. (2016). El fútbol femenino en Costa Rica (1924-2015). UNIFFUT. Recuperado el 23 de marzo de 2023 de <https://uniffut.com/historia/>

Ureña, S. (2025, marzo 7). Fútbol femenino en Costa Rica: Lucha por la igualdad y el crecimiento en medio de la crisis. La República. Recuperado el 11 de marzo de 2025, de <https://www.larepublica.net/noticia/futbol-femenino-en-costa-rica-lucha-por-la-igualdad-y-el-crecimiento-en-medio-de-la-crisis>

Vera (2016). ANÁLISIS DE LA MUJER COMENTARISTA DEPORTIVA EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA TRASMISIONES DE FÚTBOL DE LOS PROGRAMAS RADIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2016: Elaboración de una campaña de comunicación que contribuya al conocimiento de la mujer en el periodismo deportivo radial en el Colegio de Periodistas del Guayas, 2016. SEMISUD. https://biblioteca.semisud.org/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=199168

Williams, A., Pérez, J., & Gómez, L. (2003). Metodología de la investigación (4ª ed.). Editorial X. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Methodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>

Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219-237. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295039309366865>

Anexos

Según Bernal (2010), los anexos "son documentos auxiliares que contienen información complementaria y permiten profundizar en los datos presentados en la investigación sin afectar la estructura del cuerpo principal" (p. 215).

En estos anexos encontrarán las formas que se utilizaron para lograr obtener la información que como indica el texto, complementará la investigación, ya que son parte importante de la misma pero no conforma las fuentes primarias o secundarias.

Se ejecutaron fichas de análisis documentales, grupos focales y otras herramientas que lograron la correcta investigación del tema.

Anexo I. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad

Fecha: 18/06/2025

Nombre del Entrevistador: Nicole Paola Segura Zúñiga

Nombre del Entrevistado: Adriana Hernández

Institución, Empresa o Comunidad: TDMás

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Analizar la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS en el torneo de clausura 2024

Estimado(a) Adriana Hernández, la presente entrevista tiene como propósito aportar la información necesaria para la realización del estudio para el presente trabajo. En esta investigación se analizará la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS durante el Torneo de Clausura 2024.

La duración de esta será aproximadamente de 10 minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las transmisiones del torneo de clausura del fútbol femenino 2024

PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipo de objetivos se plantean desde la producción y redacción al momento de planear la cobertura del fútbol femenino?

El objetivo de TDMAS desde hace seis años fue darle y ha sido darle mucho auge al fútbol femenino y mucha visibilización. Ahora, que se ha cumplido, sí, se ha cumplido, tal vez no como se ha querido, porque creo que no solo es un trabajo que tiene que hacer la televisora, tienen que ser los equipos en conjunto, las jugadoras en conjunto y entra incluso el tema de la afición y demás. Pero el objetivo siempre ha sido de TDMAS apoyar otros deportes, otras disciplinas deportivas y obviamente el fútbol femenino se quiso dar en principio en grande para ver si la liga femenina tenía un repunte importante, pero pues al final incluso ni la misma UNNIFUT en muchas ocasiones se ponía de acuerdo para la programación de partidos y demás. Entonces, pues tal vez no sé, de nuestra parte se cumplió y cumplimos absolutamente todo lo que siempre se ofreció. Sin embargo, hay otros factores que tal vez no ayudaron a que el crecimiento fuera como desde nosotros en la televisora se planeó.

2. ¿Existen lineamientos o criterios específicos que definen cómo debe abordarse el contenido relacionado con el fútbol femenino dentro del canal?

Al final el fútbol femenino, así como el fútbol masculino o cualquier otra disciplina deportiva, se aborda con toda la responsabilidad, no porque sea fútbol femenino se va a abordar de una manera distinta. Todos los que trabajamos en Televisora y la parte periodística somos completamente profesionales y sabemos cómo es el actuar de un periodista deportivo. Pero, así como un lineamiento específico hacia el fútbol femenino por ser algo diferente, porque al final es fútbol. Entonces se hace una cobertura de fútbol normal. Así como que se esté yendo al estadio a a ver a hombres, así se va al estadio a la cobertura de un partido de fútbol femenino. ¿Qué puede variar tal vez? Puede variar la cantidad de horas o minutos previos que se dan al aire. Obviamente un partido de fútbol masculino que vende más y que tiene más visualización, evidentemente que el fútbol femenino, pues se abre una hora antes, se tiene una previa más amplia. En fútbol femenino nosotros si son partidos de etapa regular, normalmente abriríamos 15, 20 minutos antes y a veces en alguna final una media hora antes.

3. ¿Cuáles son las directrices y lineamientos que TDMás establece a sus periodistas para la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024?

No hay un lineamiento distinto para hacer fútbol femenino. O sea, es una cobertura profesional como se tiene que hacer cualquier cobertura. Así que es exactamente lo mismo. Tal vez sí vive alguna directriz distinta, bueno, ya depende de si es una transmisión distinta. Por tema de tiempos, por tema de que, no sé, hay una noticia importante, entonces hay que entrevistar a un personaje establecido o específico, pero que existen lineamientos, como te decía anteriormente, distintos, pues no. Es la misma cobertura periodística normal de un partido de fútbol.

4. ¿Qué considera usted que distingue la cobertura del fútbol femenino de TDMás frente a la de otros medios?

Yo creo que son muy pocos medios los que, la verdad, le dan cobertura al fútbol femenino. Y la gran diferencia de ahí es las transmisiones. Puntualmente son las transmisiones, porque en su momento lo tuvo Canal 3, en su momento creo que lo intentó por ahí Extra TV, pero que se metiera tan fuerte como el fútbol femenino, en realidad solo TDM hace los seis años que te comentaba. Entonces es muy distinto, porque fuimos los pioneros en transmitir prácticamente que todos los equipos, los pioneros en tener un programa especializado en fútbol femenino, luego se abrió el de Fútbol TV, que es el de Melissa, pero que es independiente de TD+. Entonces al final, de ahí sí, pusimos como o encendimos ese interés a los otros medios para que se atrevieran, ¿verdad?, a la cobertura del fútbol femenino. Entonces yo creo que por ahí fue nuestra distinción siempre. Y, por ejemplo, en mi caso, que se me encargó desde que se tuvo el tema del fútbol femenino, a que me especializar un poquito más de eso, ¿verdad? ¿En qué sentido? Bueno, en que conocer un poco más las historias de las jugadoras, en conocerlas un poco más a todos los equipos, estar muy de cerca con las noticias, porque además de hacer la cobertura semanal, tenía programa semanal. Entonces literal respiraba y todos mis días sobre fútbol femenino, sobre las noticias y demás. Entonces tal vez esta distinción, ¿verdad? Porque

no es lo mismo sacar una notilla de vez en cuando o con resultados, que darle un seguimiento como TD+ lo tuvo en su momento.

TEMA 2: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Con qué frecuencia se realizan entrevistas en las coberturas del fútbol femenino en TDMás?

Siempre que había partidos se hacían entrevistas, o sea eso no variaba. Así como una transmisión normal de fútbol se hacen entrevistas, así en el fútbol femenino. No cambia, siempre, siempre se hacían. A veces a los cuerpos técnicos, casi siempre fijo alguna jugadora de los dos equipos. A veces se veía alguna noticia importante a administrativos o gente de la junta directiva de los equipos, pero eso siempre.

2. ¿Cómo nació la idea del programa que usted realizó sobre el Torneo de Clausura del fútbol femenino?

La idea nace porque yo antes tenía un programa de diferentes disciplinas deportivas, que se llamaba T de Mar Radio. Eran tele, pero se llamaba T de Mar Radio. Y como todo programa había cumplido su ciclo, entonces cuando yo ya dejé de hacerlo, yo le propuse a mi jefe que como yo estaba cubriendo fútbol femenino a full, y era la encargada del fútbol femenino, podía hacer en el mismo espacio, en el mismo horario, un programa de fútbol femenino. A él le encantó la idea y mis dos jefes, que son René Picado Ríos, hijo, y Gabriel Chacón, me dijeron ambos que ellos querían como que yo me... Yo fuera el representante a nivel de periodismo, digamos a nivel nacional, del fútbol femenino. Entonces por eso empecé como a empaparme tanto y me brindaron como esa tarea, ¿verdad? Pero sí, nació como de una idea mía del programa y también ellos me impulsaron a hacerlo. Ya luego me pusieron como comentarista, no solo como haciendo cancha, porque también me impulsaron y me dieron como la confianza de que yo fuera en el último torneo la comentarista de fútbol femenino en TD+.

3. ¿Cuál fue el propósito del programa?

En realidad el programa con formar propósito siempre fue una parte informativa de informarse semana a semana qué venía pasando en el fútbol femenino y conocer historias para darles a conocer a las futbolistas, ¿verdad? Porque todos tenemos una historia que contar y en el deporte todos tienen una historia que contar. Entonces el objetivo siempre fue eso. Más allá de buscar una polémica, siempre fue un estilo informativo y yo siempre tuve un bloque que era de la biografía, de bios por FF+, el programa se llamaba Fútbol Femenino Más justamente, FF+. Y entonces siempre invitaba o daba a conocer como la historia personal más allá de la cancha de alguna futbolista o alguien tal vez de cuerpo técnico, algo así, pero regularmente era una futbolista.

4. ¿Qué elementos narrativos o visuales se utilizaron para generar mayor impacto y conexión con el público?

Lo de elementos narrativos y visuales, bueno, siempre, por ejemplo, en el programa siempre teníamos o la parte de video, que es súper importante en televisión, o incluso cuando contábamos alguna historia en esa sección de videos por TDMAS, lo que hacía era pedirles a las jugadoras de previo que me llevara a la jugadora invitada, que me enviara fotos de ella, desde pequeña, ¿verdad? Con sus familias, con sus amigos, qué le gustaba hacer en el tiempo libre, en los equipos que había jugado, en selección, o sea, fotos, con respecto, yo iba haciéndole las consultas e íbamos conociendo la historia de ella, pues fueran saliendo elementos de fotografías y no, al ser televisión no se quedara la imagen estática y solo viéndola a ella todo el rato en pantalla, ¿verdad? Sino que fueran imágenes de apoyo. ¿Por qué imágenes y no video? Bueno, porque no tenían casi que ningún video de ellas pequeñas o de ellas jugando, ¿verdad? O alguna, no sé, que haya jugado fuera. Ahora se tiene la ventaja y la posibilidad de que sé que muchas ya tendrán sus videos y los guardaron con transmisiones y demás, pero antes no se tenía ese material de apoyo. Incluso la misma Shirley Cruz, por ejemplo, en su momento me ha contado, bueno, yo quisiera tener ciertos goles que hice en Francia cuando estuve jugando, pero lastimosamente nunca los tuve, ¿verdad? Y esos goles se perdieron, por ejemplo. O una Jacqueline Álvarez, en aquellos años cuando jugó, lastimosamente esos videos no existen porque nadie los transmitía.

5. ¿Qué criterios se usaron para escoger a las jugadoras, equipos o historias que se destacaron en el programa?

Conforme a los criterios para escoger a las jugadoras e invitar al programa, en realidad no había un criterio específico, o sea, todas eran bienvenidas. Siempre intenté que fueran de absolutamente todos los equipos o incluso algunas retiradas, incluso algunas que son legionarias y que aprovechaba que estaban en el país, pero no criterio, sino simplemente conocer historias de todas. O sea, yo no sé cuántas tuve porque la verdad es que no te puedo dar una cifra exacta de cuántas historias tuve, pero tuve siempre de todos los equipos, a veces presenciales, incluso algunas las tuve que hacer de manera virtual, no sé, porque por ejemplo eran jugadoras de Pococí o de Puerto Viejo en el último campeonato, ¿verdad? Y yo nunca quise dejar por fuera ningún equipo. Entonces las que no podían llegar yo las invitaba a que fuera de manera virtual.

6. ¿Qué tipo de respuesta o retroalimentación recibió por parte del público y del canal sobre este programa?

Siempre fue positivo, pero siempre fue como hacia un nicho, ¿verdad? O sea, me comentaban como mucho sobre, vi el programa o vi tal historia, pero más el nicho de la gente que le gustaba el fútbol femenino. Creo que todavía existe, lastimosamente y tristemente, mucha gente que dice la mujer no sabe jugar fútbol o el fútbol es para hombres, etc. Entonces que veían fútbol femenino y simplemente le cambiaban al canal, ¿verdad? Como decimos, pero siempre la retroalimentación fue muy buena porque al ser un espacio exclusivo donde se daban a conocer historias y se informaba de fútbol femenino, siempre fue como provechoso y distinto, ¿verdad? Sobre todo. Hay un Futebé que es el de Meli, es igual informativo, un poco de historia, pero de media hora. Entonces se hace más corto. El mío era de una hora, entonces se podía abarcar tal vez un poquito más de información. Y bueno, cada uno, a pesar de que trabajamos muchas juntas, tiene su estilo y manera de informar, ¿verdad? Entonces sí son distintos o eran distintos, al menos cuando yo tenía el mío.

7. Desde su perspectiva, ¿cómo cree que este programa contribuyó a la visibilidad y reconocimiento del fútbol femenino?

Creo que bastante, vieras que bastante. Me alegra mucho el impacto que tuvo no solamente el programa, sino también las transmisiones. Porque gracias a ello, por

ejemplo, familiares de muchas de las chicas que son de lejos, podían verlas a través de la pantalla. Algo que no pasaba antes, ¿verdad? Yo creo que eso sí fue un impacto muy positivo. De verdad que nosotros quisimos lograr en su momento que fuera aún más. Pero hay muchos factores y sobre todo el tema de la Unifut, de los equipos que a veces costaba muchísimo. Por ejemplo, sí te puedo decir, por más intentos que se hicieron muchas veces, yo a veces tenía por semana cinco jugadores que me decían que no. No les gustaba ir a entrevistas. Entonces al final yo decía, bueno, entonces piden y pegan gritos en redes sociales de que quieren que hablen de ellas, que se hable de fútbol femenino. Y cancelaban las entrevistas una hora antes o siempre tenían algo que hacer, siempre tenían un pero. No a todo les gustaba ir. Aún así se hacía todo el intento para todas las semanas tener a alguien. Entonces yo creo que la contribución ha sido muy buena porque más allá de nosotros en Televisora de Costa Rica, ningún medio se ha preocupado por tener algún programa tan estable de fútbol femenino. Colombia lo hizo en su momento con Pamela. Creo que lo sigue con una de las chicas, Catherine o Caterina, no sé qué tan fuerte o qué tan seguido. Pero más allá de eso ningún otro medio realmente, así como algo tan amplio y constante.

8. ¿Considera que este tipo de programas pueden generar un cambio cultural o una mayor valoración del deporte femenino?

Yo creo que ese tipo de programas son muy importantes y sí creo que pueden generar ese cambio cultural. Falta mucho, en verdad, no solamente a través de un programa se puede generar un cambio cultural, pero es parte de. Y es algo que a uno lo motiva mucho como comunicador también. Ser parte de ese cambio, contribuir para que ese cambio en algún momento se dé. Y ese mundo ideal hacia la importancia del deporte en general femenino sea considerado igualmente al masculino con la misma importancia porque sí es, verdad. Lo que pasa es que sabemos que es un cambio cultural a nivel país y a nivel mundial en muchísimas ocasiones. Todavía muchos, sobre todo por el tema del machismo, que es lo que se intenta como ir derribando. Pero poco a poco, yo creo que sí ese tipo de programas definitivamente son el cambio. Porque nosotros a través de los medios de comunicación y de nosotros como comunicadores tenemos esa responsabilidad también, verdad. De contribuir y no solamente hablar por informar, sino comunicar y hablar a través de propósitos. Y yo creo que ese tipo de programas sí benefician muchísimo y beneficiaron en su momento y siguen beneficiando los que siguen estando, tal vez como el de

Acercándonos de Melissa. Hacia ese objetivo que es el que el fútbol femenino sea más reconocido día a día.

TEMA 3: Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipo de contenido y formatos usa TDMás en Facebook para promover el Torneo de Clausura del fútbol femenino? (videos, imágenes, historias, entrevistas, etc.)

En redes sociales lo maneja un compañero completamente distinto. Lo que se subía prácticamente eran como goles, información de la jornada o las entrevistas, al final las entrevistas flash. Eso era prácticamente lo que se subía, ¿verdad? Alguna que otra noticia de las jugadoras, sobre todo de las legionarias, en cuanto a anotaciones y eso en general del fútbol femenino. Pero de campeonato nacional prácticamente que te puedo decir eso, más videos de nuestras propias transmisiones.

2. ¿Qué figuras del fútbol femenino suelen tener más visibilidad en los posteos del canal (jugadoras, entrenadoras, árbitras, etc.)?

Definitivamente las legionarias, ¿verdad? Por ejemplo una Priscila Chinchilla, actualmente que la sigue reventando. Y en su momento las que han estado jugando fuera son las que más visibilidad tienen. Por ser como las mayores exponentes, Raquel Rodríguez, Shirley Cruz, ¿verdad? Ellas podría decir que son las que más veo yo en los posteos. Sin embargo, como te digo, ya eso no te podría decir una cifra exacta porque en las redes sociales yo no tengo absolutamente nada que ver.

2. ¿Considera que los formatos elegidos por TDMás favorecen el alcance y la interacción del público con el contenido del fútbol femenino?

Pues algunas veces sí, no todas. No te podría decir que todos los contenidos favorecen al alcance o van hacia el mismo objetivo. Lo que pasa es que las redes sociales tienen ya su estrategia distinta y ante esa estrategia no te podría decir yo cuál es la estrategia que utiliza mi compañero. Ya eso sería como muy con él cuál es la estrategia que tiene él hacia el fútbol femenino porque eso lo manejamos totalmente distinto a lo que es la parte de cobertura periodística de los que estamos frente a pantalla.

3.¿Qué impacto han tenido las redes sociales en el interés del público por el fútbol femenino, según su experiencia?

Me parece que las redes sociales también han sido uno de los vínculos más fuertes para informar sobre fútbol femenino, no solamente nosotros en TDM, ¿verdad? Sino a través de las redes sociales de los equipos, de las jugadoras, de Unnifut, que la verdad particularmente yo tengo que decir que hacen muy mal trabajo en redes sociales, pésimo trabajo, pero aún así, por lo menos ahora se postea de fútbol femenino, es que antes ni tan siquiera se sabía quiénes jugaban, cuáles eran los equipos, por ejemplo, de una primera división, antes no se tenía información de absolutamente nada.

4. Desde su perspectiva, ¿cómo describiría el enfoque general de la cobertura de TDMás en redes: informativo, emocional, celebratorio, crítico, superficial?

Desde mi perspectiva creo que sería informativo, básicamente, sí, porque lo que se informa, como te digo, son como anotaciones o entrevistas, alguna otra noticia, pero más informativo.

5. ¿Considera que se está aprovechando bien el potencial de plataformas como Facebook para impulsar la profesionalización y el seguimiento del fútbol femenino?

Creo que falta muchísimo. Falta muchísimo porque, como te digo, la raíz de la información debería venir del Facebook y las redes sociales de UNNIFUT. Y la comunicación de UNNIFUT es pésima. La manejan muy mal. Las redes sociales ni para qué decirlo. Entonces no se está aprovechando en absoluto para poder comunicar bien y para que se vea profesional en realidad. Que ese es el tema más importante, ¿verdad? Uno entra a las redes sociales de UNNIFUT y por meses no informan absolutamente nada. Con todo lo que pasaron, por ejemplo, estos meses anteriores de que si iba a haber torneo o no iba a haber torneo, quién salía, quién entraba. Simplemente no se informaba nada, ¿verdad? Lo que guardan es silencio. Y hay un punto importantísimo en cualquier red

social. Vos que estás ya terminando periodismo lo sabes. Y es ser constante e informar. Uno no puede quedarse callado. Y pues bueno, eso no sucede, la verdad. En el que debería ser el ente que informe más sobre el fútbol femenino, que es la UNNIFUT

Despedida: Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio “Análisis de la cobertura de TDMás durante el torneo de clausura del fútbol femenino 2024”

Anexo II. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad

Fecha: 26/06/2025

Nombre del Entrevistador: Nicole Paola Segura Zúñiga

Nombre del Entrevistado: Jackeline Álvarez

Institución, Empresa o Comunidad:

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Analizar la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS en el torneo de clausura 2024

Estimado(a) Jackeline Álvarez, la presente entrevista tiene como propósito aportar la información necesaria para la realización del estudio para el presente trabajo. En esta investigación se analizará la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS durante el Torneo de Clausura 2024.

La duración de esta será aproximadamente de 10 minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. Como exjugadora, ¿cómo has sentido que ha evolucionado la forma en que se transmiten los partidos de fútbol femenino en Costa Rica en los últimos años?
Sí, digamos que eso habla de la transmisión de televisión y la visibilidad. Bueno, ok. Obviamente, sí, un cambio significativo donde ya la televisión, la radio, ya se acercaron

a los clubes para darles ese apoyo de poder visibilizar el fútbol femenino. Y yo creo que eso ha sido importante porque al final y al cabo hace que el público meta, el público que tal vez no conocía del fútbol femenino, se acerque más. Entonces, yo creo que al final eso ha sido bueno. Lo vimos en las finales en el Estadio Alejandro Morera Soto, los partidos de finales en estadios llenos. Entonces, claro que al final es súper, bastante importante.

2. ¿Qué elementos considera importantes en una transmisión para que realmente conecte con la audiencia y valore el fútbol femenino?

Yo creo que tener los elementos para mí importantes es tener gente que conoce de fútbol, en este caso digamos fútbol masculino. Y conocemos los comentaristas, los narradores. Entonces, que ellos le han dado ese apoyo también a las transmisiones. Creo que son elementos importantes porque al final y al cabo el público que se va a mirar y dice, Cristian Mora está narrando la final del fútbol femenino. Y los comentarios vienen de Gustavo López. Entonces, yo creo que esos elementos también hasta para uno como exjugador o jugadora saber que ganaste, que Canal 7 o TD+, que pusieron a los mejores. Y eso pues para los jugadores es importante.

3. ¿Qué te ha llamado la atención positiva o negativamente cuando ves partidos femeninos por televisión?

Guau, muy positivo porque, por ejemplo, creo que la FIFA es quien inicia dando los partidos de los campeonatos mundiales. Entonces, al ver que en nuestro país también los pasaban, para nosotras qué bonito que nos sentíamos muy felices porque quiere decir que viene un cambio, ¿verdad? O sea, si la FIFA ya empezó a transformar esa parte de ya, en vez de decir qué jugador es favorito, no, más bien cuál es su jugadora favorita. Para las niñas y el desarrollo y el crecimiento del fútbol femenino. Más positivo que negativo.

4. ¿Cree que las transmisiones actuales logran reflejar la calidad y el esfuerzo de las jugadoras en cancha? ¿Por qué?

Sí, claro que sí, porque cuando tenemos prensa encima, tenemos televisión, obviamente el nivel de nosotras crece, el nivel de las muchachas crece. Primero porque también pueden haber visores. Que esos visores les permiten tener ese chance, esas oportunidades para ir a jugar afuera. Entonces, el nivel individual crece.

5. ¿Qué cree que falta o debería mejorarse en la forma de transmitir el fútbol femenino?

Tal vez no en solo los partidos importantes de finales. Yo creo que es importante que sea siempre, ¿verdad?, las transmisiones. Y no escoger esos partidos más grandes.

TEMA 2: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Desde su perspectiva siente que todos los equipos del fútbol femenino reciben el mismo nivel de visibilidad en los medios deportivos del país?

No. No, no, definitivamente. Los equipos obviamente que han sido más destacados o importantes. Son los equipos grandes que han tenido los clubes de primera división masculina. En este caso, Saprissa, La Liga. O sea, los grandes son equipos también que están siempre en la tabla. Entonces, es algo que mejorar. Yo creo que es importante. No solo La Liga, Saprissa, sino también los equipos que están abajo en la tabla.

2. ¿Qué equipo cree que ha sido históricamente más cubierto o visibilizado por los medios y por qué cree que ocurre eso?

Liga Deportiva Alajuelense, sin duda alguna. Primero porque ellas están en top 5, ¿verdad? O sea, ganando campeonatos, campeonatos, campeonatos. Entonces, evidentemente eso hace que sea más popular, ¿verdad? Y porque se lo han ganado bien, ¿verdad? Entonces creo que Liga Deportiva Alajuelense ha tenido más esa oportunidad. Además, por tener jugadoras referentes como Shirley Cruz incluso en su momento. O sea, jugadoras que llaman la atención al público, que llaman la atención también al público de televisión, que quiere ver a ese tipo de jugadoras. Entonces creo que por ahí marca también.

3. ¿ Desde tu experiencia, ¿cómo influye la cobertura mediática en la motivación y reconocimiento de un equipo femenino?

Sí, sí, es una motivación grande para el club, para el individual, para las jugadoras. Porque, bueno, nosotras en mi época pues no tuvimos esa oportunidad, tanto como la

tienen hoy, esa visibilidad de la cual he estado hablando. Porque al final del cabo que las chicas se sientan motivadas. Siguen bien es cierto, Costa Rica no tiene una liga que es profesional, es semi-amateur. Entonces eso pues motiva un montón. Y además para el crecimiento de las jugadoras a nivel de selección nacional. Entonces esa motivación es fundamental para ellas.

4.¿Qué aspectos de los equipos femeninos creés que no se muestran lo suficiente en los medios?

Es que también TDMAS y Tigo Sports, obviamente TDMAS iba por los equipos que estaban primero en la tabla. Entonces los primeros cuatro, los primeros tres. Entonces ahí es donde digo yo que tal vez esos aspectos son de mejora. Porque al final Tigo Sport era quien tenía los otros equipos. Y por eso también, obviamente las goleadas y demás. Eso repercute por lo que está pasando cada club al interno y demás. Pero de Tigo Sport también yo agradezco un montón, ¿verdad? Que ha hecho TDMAS, que ha hecho en su momento Tigo Sports. Porque al final del cabo lo más importante para ellos es el rating. Y si no genera rating lamentablemente pues el femenino se ve afectado.

TEMA 3: Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

1. ¿Como jugadora, ¿hubo algún tipo de contenido que te hiciera sentir especialmente valorada o visibilizada?

Yo en lo personal sí porque como era goleadora, entonces me hacían notas extras. Y Jacqueline Álvarez era la goleadora, anotaba. Entonces siempre todas las semanas había alguna nota sobre lo que yo estaba haciendo en lo personal. Entonces claramente.

2. ¿Qué tanto impacto cree que tienen las redes sociales en el crecimiento y seguimiento del fútbol femenino?

Mucho, muchísimo impacto. Si no veamos lo que hacen las selecciones de otros países, la selección de España, la selección de México. O sea, yo creo que marca mucho, es una tendencia que es importante, que es fundamental, siempre y cuando también la sepan trabajar, ¿verdad? Porque sí, por medio de las redes sociales, poder tener patrocinadores. Entonces, por ahí es donde digo que el manejo tiene que ser importante.

3. ¿ Qué cree que debería hacer un medio de comunicación para conectar con más público a través de redes sociales cuando se trata de fútbol femenino?

Sí, es que esa parte... El tema aquí es promocionar. Yo creo que la liga femenina UNIFUT tiene que ir de la mano con las televisoras porque ahí tiene que haber una promoción para llegar al público meta, ¿verdad? Entonces, por ahí de repente nos hemos quedado mucho. Entonces, la UNIFUT, que es la liga encargada del fútbol femenino, tiene que también hacer su parte para que eso sea un crecimiento dual.

Despedida: Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio “Análisis de la cobertura de TDMás durante el torneo de clausura del fútbol femenino 2024”

Muchas Gracias.

Anexo III. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad

Fecha: 26/06/2025

Nombre del Entrevistador: Nicole Paola Segura Zúñiga

Nombre del Entrevistado: Melissa Alvarado

Institución, Empresa o Comunidad:

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Analizar la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS en el torneo de clausura 2024

Estimado(a) Melissa Alvarado, la presente entrevista tiene como propósito aportar la información necesaria para la realización del estudio para el presente trabajo. En esta investigación se analizará la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS durante el Torneo de Clausura 2024.

La duración de esta será aproximadamente de 10 minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué opina de cómo se transmiten los partidos de fútbol femenino en Costa Rica?

Me parece que debido a la poca regularidad de los partidos y a la poca seriedad del torneo como tal, yo siento que las televisoras incluidos los medios de televisión escrita, como que ya le perdieron el interés a trasmitirlo. Para este torneo de Clausura fue un caos porque empezaron unos clubes, se salieron otros, no llegaban ni las futbolistas a jugar, y eso hizo que los medios de comunicación perdieran total interés.

2. ¿Cree que las transmisiones muestran bien el nivel y el esfuerzo de las jugadoras?

No todas, en TDMás yo sí sé que velan al menos por saber los nombres, la mayoría de los comentaristas sí conocen la trayectoria de las jugadoras, pero de las otras transmisiones de fútbol femenino que a veces las hacen vía Facebook ni tan siquiera saben quien es el que ponen a narrar y el que comenta no se sabe ni el nombre de las futbolistas, entonces en eso sí siento que tiene que mejorar mucho, pero yo lo que he visto por parte de TDMás sí considero que los que están sí tienen conocimientos y sí saben al menos el recorrido de las futbolistas

3. ¿Qué creés que se podría mejorar en la forma de transmitir los partidos femeninos?

Para mí, más allá de la transmisión, es el producto que usted le está ofreciendo a la televisora y la televisora debe conocer su producto. Yo siento que lo primero que tienen que hacer primero es poner como seriedad en el torneo, en que el formato sea competitivo y en que las futbolistas pongan de su parte. Cuando ya ese producto esté listo, yo sí siento que una vez en que se vaya y se le toque la puerta a las televisoras o los medios de comunicación, es ahí donde ya ahora sí entra la responsabilidad de uno como periodista en la forma en que se explica, en la forma en que se da a conocer y que también se abordan los partidos. Yo siento que es como un trabajo grupal que cada quien tiene que poner de su lado.

4. ¿Siente que las transmisiones ayudan a que más gente se interese por el fútbol femenino?

Siento que sí, nosotros estuvimos un tiempo transmitiendo fútbol femenino por el 7, tuvimos muy mala suerte, siempre llovía, suspendían los partidos, siempre pasaba algo, entonces costó. Pero en el caso de TDMás les ha ido mejor en las transmisiones, pasan los clásicos femeninos por Facebook, y había una gran interacción de gente que realmente le importa el fútbol femenino que sí conoce a las jugadoras, que están conectados viendo los partidos, yo sí siento que hay bastante gente que apoya al fútbol femenino pero como ha sido tan irregular la gente se enfría.

TEMA 2: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Cómo ves la cobertura que se hace en los medios sobre los equipos del fútbol femenino?

Ha sido muy mala en el último torneo, yo siento que no fue culpa de los medios, era culpa de todos los equipos, ya que los equipos dicen que sí, que tienen con que pelear el torneo, y a mitad de torneo dijeron que ya no les alcanzaba el dinero, que ya no tenían jugadoras, iban a los partidos y tan siquiera cumplían con el mínimo de jugadoras, entonces yo siento que esa forma hizo que la gente se desinterese, que los medios de comunicación lo vean como un “chingue”, y no le tomen seriedad, porque al fin y al cabo, si usted ve que la liga se está cayendo pedazos y que ya todos los equipos están saliendo eso hace que de verdad la gente no lo tome en serio y menos consuma los medios de comunicación fútbol femenino.

2. ¿Qué hace falta para que haya una mejor cobertura del fútbol femenino?

Yo siento que tiene que ponerse serios, si yo veo que la Liga Premier que viene ahorita viene seria y parece ser seria, yo como medio de comunicación estaría más atenta ahora si cuáles son los equipos, quienes son los entrenadores, cuáles son las jugadoras para que de verdad sea más competitivo, pero yo siento que desde parte de la UNNIFUT tiene que haber compromiso y seriedad a la hora de informar, que no pongan la jornada de fútbol el viernes cuando el mismo viernes es cuando se juega, no se le puede informar a la gente que vaya a los estadios si se le informa el mismo día. Tiene que ser un golpe mediático que se tiene que dar con el fútbol femenino con esta Liga Premier que se avecina y ahora si decirles este es el producto, ayúdenme a vender el producto.

TEMA 3: Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

1. ¿Qué tipo de publicaciones te parecen más útiles para dar a conocer el fútbol femenino en redes sociales?

Las que vengan con videos, las que vengan con mini entrevistas, con juegos. Todo esto de las redes sociales se ha convertido en una muy buena herramienta para que la gente conozca y para que se interese en el fútbol femenino. Usted ve las redes sociales de equipos femeninos en España y son demasiado formales y son serias en cuanto a eso, en cuanto a estarle informando quiénes son las jugadoras, qué menor o contrato. O sea, para nosotros eso es lo mínimo que debería de hacerse y aquí no se hace.

2. ¿Creés que los medios usan bien Facebook y otras redes para hablar del fútbol femenino?

Pues, poco. Yo sí considero que es muy poco. Tal vez solo tiran la nota en las redes, en la plataforma de ellos y muy poco la replican en redes sociales. Yo siento que, bueno, yo tengo un programa de fútbol femenino desde hace cinco años y en FUTV es donde se replica todo. Yo intento replicarlo tanto en mi Instagram como en las redes de ellos también para que la gente de verdad, la gente, porque son públicos diferentes, el público que ve Instagram y el público que ve también Facebook, son dos diferentes y uno esperaría que también se abarque ya todo el tema.

3. ¿Qué publicaciones suelen generar más reacciones o comentarios del público?

Yo considero que videos siempre generan, de bonito, la gente como que los amarra más el tema, ya sea para criticar o para alabar a la jugadora o alabar el gol. O sea, yo, por ejemplo, en las redes sociales de UNIFUT yo tiraría los goles de la jornada o algo así para que la gente si no lo vio en la transmisión tenga la oportunidad de verlo en las redes sociales. Solo así se genera más movimiento.

4. ¿Qué te gustaría ver más en redes sociales sobre el fútbol femenino?

En realidad me gustaría ver de todo. O sea, de todo, hablese de quién es la jugadora, cuál es el partido que se viene, cuál es la goleadora actual del torneo, la que tiene más asistencias. Así como todo eso se pone en las redes de UNIFUT, así debería de ser UNIFUT para que se vea serio.

Despedida: Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio “Análisis de la cobertura de TDMás durante el torneo de clausura del fútbol femenino 2024”

Muchas Gracias.

Anexo III. Instrumento de recolección de información: Entrevista a profundidad

La siguiente entrevista tiene como objetivo aportar la información necesaria para la realización del estudio para el presente trabajo. En esta investigación se analizará la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS durante el Torneo de Clausura 2024.

Fecha: 17/06/2025

Nombre del Entrevistador: Nicole Paola Segura Zúñiga

Nombre del Entrevistado: Pablo Segura

Institución, Empresa o Comunidad: TDMás

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Analizar la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS en el torneo de clausura 2024

Estimado(a) Pablo Segura, la presente entrevista tiene como propósito aportar la información necesaria para la realización del estudio para el presente trabajo. En esta investigación se analizará la cobertura periodística del fútbol femenino en el medio de comunicación televisivo TDMÁS durante el Torneo de Clausura 2024.

La duración de esta será aproximadamente de 10 minutos. Le agradecemos de antemano su participación.

TEMA 1: Analizar el enfoque que TDMás emplea en sus coberturas del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Cuál es la línea editorial de TDMás con respecto al fútbol femenino?

Era hacer la transmisión de los partidos que correspondían. Dentro de los equipos que estábamos y que traíamos nosotros para transmitir, pues se hacía la transmisión normal, como cualquier otra transmisión. Esa era la línea de nosotros. O sea, no hay una diferencia en uno u otro. Simple y sencillamente cuando nosotros transmitimos un partido, ya sea femenino, ascenso o el que sea, pues la logística es la misma. De los equipos que nosotros teníamos para transmitir, pues se coordinaba y se hacía todo para poder transmitirlo, nada más.

2. ¿Cuál es el punto de vista predominante de los periodistas de TDMás al cubrir el torneo de clausura del fútbol femenino 2024?

Buscamos darle el contenido que corresponde a cualquier transmisión que tengamos. O sea, no cambia para nada que sea masculino, que sea femenino. O sea, para nosotros es lo mismo. La misma seriedad, el mismo compromiso. Digamos, eso no cambia.

3. ¿Existen directrices específicas de TDMás sobre cómo abordar el fútbol femenino?

Todo se cumple exactamente igual para un partido de liga de ascenso y para un partido de fútbol femenino. Es más, para un partido de fútbol femenino incluso nosotros siempre mandamos a un periodista en cancha. Para partidos de liga de ascenso, de fase regular, no. Entonces hasta ahí hay una diferencia porque en el femenino siempre enviamos ahora a alguien siempre en cancha en femenino. En cambio, aunque fuera fase de grupos o fase regular en ascenso, ¿no? Son muchos partidos y más bien no se puede cubrir. En femenino se hacía incluso esa diferencia de enviar siempre a alguien a cancha.

4. ¿Los comentaristas realizan análisis técnico y táctico del fútbol femenino en la misma profundidad que en el masculino?

Totalmente, totalmente. Es que voy a lo mismo. O sea, todo va de la mano con lo mismo. O sea, es que nosotros no hacemos una diferencia ya sea femenino o masculino. Siempre las transmisiones van con la misma seriedad de un lado y del otro. Sí, se saben los nombres y todo eso. Digamos, como las posiciones y así. Es que todo se estudia. O sea, ya para el caso del narrador, nosotros si no conocemos a alguien que nos pasa en cualquier deporte, indistintamente sea fútbol masculino o femenino o cualquier otro, uno va conociendo y uno va adaptándose. Entonces, no es el hecho de que... No, es que a veces no conocemos a los equipos. Pero conforme va avanzando el partido, ahí vamos conociendo a las personas.

5. ¿Qué tipo de tratamiento se le da a la noticia en la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino?

Hay un programa especializado dedicado al fútbol femenino que ahorita no se está haciendo porque no hay campeonato. Pero existe un programa, quién te de más, que se llama Fútbol Femenino Más. Es dedicado al fútbol femenino con toda la información, con entrevistas, con todo.

TEMA 2: Analizar el enfoque que TDMás emplea en las coberturas de los equipos durante el Torneo de Clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Con qué frecuencia se realizan entrevistas en las coberturas del fútbol femenino en TDMás?

Las entrevistas forman parte habitual de las coberturas, especialmente en los partidos transmitidos. Se busca incluir siempre la voz de protagonistas del torneo, como jugadoras y entrenadores, tanto antes como después de los encuentros.

2. ¿Cuánto tiempo de cobertura se dedica a los equipos de fútbol femenino en comparación con otras categorías deportivas?

El tiempo de cobertura se distribuye de manera equitativa, especialmente cuando se trata de transmisiones.

3. ¿Se observa una diferencia en la cobertura de ciertos equipos de fútbol femenino sobre otros? ¿Cuáles podrían ser las razones de esta diferencia?

La cobertura puede variar dependiendo de la disponibilidad de transmisión, la importancia del encuentro y la fase del torneo. Equipos con mayor trayectoria o protagonismo deportivo tienden a recibir más atención, pero esto responde más a criterios editoriales de relevancia noticiosa que a una preferencia explícita por determinados clubes.

4. ¿Qué tipos de preguntas se formulan en las entrevistas post partidos del Torneo de Clausura del fútbol femenino?

Las preguntas post partido suelen centrarse en el análisis del rendimiento del equipo, decisiones tácticas, impresiones del encuentro y sensaciones personales de las jugadoras

o el cuerpo técnico. También se busca destacar logros, dificultades enfrentadas y expectativas de las jugadoras o los cuerpos técnicos.

TEMA 3: Identificar los formatos utilizados por TDMás para los posteos en Facebook durante la cobertura del torneo de clausura del fútbol femenino 2024.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipos de formatos ha identificado que TDMás utiliza con mayor frecuencia para cubrir el fútbol femenino en Facebook (videos, imágenes, carruseles, transmisiones en vivo, infografías, etc.)?

Los que más destacan son los videos, transmisiones en vivo, imágenes y entrevistas.

2. ¿Cómo percibe la relación entre el formato utilizado y el tipo de contenido que se presenta? (Por ejemplo: ¿hay una tendencia a usar videos solo para goles o resúmenes?)

Por ejemplo, los videos se utilizan para resúmenes de partidos, goles y jugadas destacadas, las imágenes para resultados, alineaciones y momentos clave; y las transmisiones en vivo para los partidos completos.

3. ¿Considera que los formatos elegidos por TDMás favorecen el alcance y la interacción del público con el contenido del fútbol femenino?

Sí, el uso de videos, transmisiones en vivo e imágenes impactantes facilita la interacción del público, ya que son formatos que se adaptan bien al entorno digital y motivan la participación a través de comentarios, reacciones y compartidos.

4. ¿Qué tipo de figuras (jugadoras, cuerpo técnico, árbitras, afición, directivos) tienen mayor protagonismo en los posteos de TDMás sobre el fútbol femenino?

Principalmente el desempeño en cancha, aunque también se busca humanizar a las protagonistas a través de entrevistas o declaraciones personales.

5. ¿Qué tanto espacio se da en los formatos a la voz de las propias jugadoras? ¿Se visibilizan sus historias personales o solo su rendimiento deportivo?

El espacio principal que se les da es para hablar sobre el rendimiento deportivo y su experiencia en los partidos. Si bien hay momentos en que se visibilizan historias personales, esto no es una constante en todos los formatos o posteos.

6. Desde su perspectiva, ¿cómo describiría el enfoque general de la cobertura de TDMás en redes: informativo, emocional, celebratorio, crítico, superficial?

El enfoque general es informativo, sin embargo, también hay momentos de análisis y crítica deportiva, aunque el objetivo principal es destacar los logros y avances de la disciplina.

7. ¿Cree que los formatos utilizados permiten visibilizar adecuadamente la calidad del torneo de fútbol femenino?

Sí, los formatos permiten una adecuada visibilización de la calidad del torneo, especialmente cuando se prioriza el uso de videos con jugadas destacadas y entrevistas

8. ¿Considera que se aprovechan suficientemente los formatos digitales (como Facebook) para promover valores como la equidad, diversidad y profesionalización del fútbol femenino?

Se ha avanzado en la visibilización del fútbol femenino, pero aún falta mucho por crecer en el área del fútbol femenino.

Despedida: Le agradecemos el tiempo brindado para la presente entrevista. Sus opiniones son fundamentales para el desarrollo del objetivo del estudio “Análisis de la cobertura de TDMás durante el torneo de clausura del fútbol femenino 2024”

Muchas Gracias.