

# Fandom and Sport Practicing: Should be Align but Have Separated

**Keywords:** Marketing, sport, football (soccer), social norm theory, sport fans.

**Received:** 2023 | **Accepted:** 2024 | **Available online:** 2025

**Cite this article as:** Navarro Picado, J. (2023). *Fandom and Sport Practicing: Should be Align but Have Separated*. *Estudios de Administración*, 30(1), 123–136.

<https://doi.org/10.5354/0719-0816.2023.72295>

---

**José Francisco Navarro Picado**

Universidad de Costa Rica

[jose.navarro\\_p@ucr.ac.cr](mailto:jose.navarro_p@ucr.ac.cr)

---

## ABSTRACT

**Introduction:** The practice of sport is widely associated with physical and mental well-being, and at the same time sports fandom have proven to satisfy identity needs and a sense of belonging. The practice of sport should be aligned with the sport fandom, however, for some individuals, this does not seem to work that way.

**Objective:** The main objective of this research is to understand the behavior of Costa Ricans around sports, and thus be able to identify their active lifestyle and fandom patterns.

**Method and technique:** An exploratory study was proposed through a survey that included 403 participants. The data was collected within the Greater Metropolitan Area (GAM) under the interception methodology.

**Results:** Only 54% of Costa Ricans say they practice sports, and 61% say they are fans of a sports club or league. However, there is a misalignment between practicing sports and fandom, where 1 in 3 Costa Ricans does one but not the other, and an additional 25% do not do either.

**Conclusions:** The behavior of Costa Ricans regarding sports is diverse. There are individuals who practice sports intensely, and those who are very fond of it, and at the same time we have those who do not link the practicing sports with fandom. There are various aspects of pending work, both for organizations that encourage citizens to lead more active lives, and for sports organizations that require more fans committed to their favorite team.

**Keywords:** Marketing, sport, football (soccer), social norm theory, sport fans.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

## Introducción

La práctica del deporte es ampliamente asociada con bienestar físico y mental (Prado et al. 2023). Sin importar si el individuo pretende competir en alto rendimiento, o simplemente realizar deporte de manera recreacional, la percepción generalizada es que la persona que lo realiza tendrá beneficios de corto y largo plazo (de Jubera et al. 2023). No obstante, el trabajo remoto o las secuelas de la pandemia han provocado que algunas personas abandonen sus hábitos deportivos (Silva et al. 2023), o simplemente permanecen en un estado sedentario tradicional.

Es importante mantener el pulso de la actividad física que realizan las personas (Zapata et al. 2021), no solo desde una perspectiva individual o médica, sino también desde una perspectiva social (Liu et al. 2023). Precisamente por el aspecto social, las aficiones deportivas han demostrado satisfacer necesidades de identidad (Delia 2019) y de sentido de pertenencia (Delia 2017). Las sociedades en su conjunto suelen asumir modelos de comportamiento que permean a todos sus integrantes (Zinke-Allmang et al. 2023). La Teoría de la Norma Social (TNS) en particular puede funcionar como modelo que ayuda a entender este fenómeno (Cialdini et al. 2006).

Dicha teoría nos sugiere que las personas asumen como normal todo aquello que previamente ha sido considerado como tal por la sociedad en su totalidad (Fehr y Schurtenberger 2018), o la subcultura específica a la que pertenece el individuo en particular (Gimpel et al. 2021). Por lo tanto, la TNS argumenta que las personas ajustan sus actitudes y comportamientos (Melnik et al. 2010) dadas las eventuales presiones sociales que experimentan (Albrecht et al. 2017).

Si bien estos patrones son cambiantes, y lo que hoy la sociedad percibe como normal, puede variar en el futuro (Feldman et al. 2020), esta percepción de normalidad ayuda a predecir patrones de consumo (Cialdini et al. 1990). El deporte no escapa de este contexto, donde se estipula que la normalidad también guía el consumo de contenido deportivo, tanto multimedia como de asistencia a eventos (Navarro-Picado et al. 2023). Por lo tanto, además de conocer la práctica del deporte, también se considera relevante estudiar las aficiones deportivas (Delia 2019). Estas dos aristas del deporte deberían estar entrelazadas (Biligiç et al. 2020), no obstante, según vemos en la tabla 1, al menos en nuestro país, parecen estar algo desalineadas.

**Tabla 1.** Cruce entre práctica y afición por el deporte.

Sigue al menos 1 deporte / Practica	Si	No	Porcentual
Si	161	86	61%
No	58	98	39%
Porcentual	54%	46%	

Tal como se observa en la tabla 1, hay varios factores que llaman la atención. Primero una alarmante cifra del 46% de los costarricenses no practican ningún tipo de actividad

física. Segundo un 27% de las personas que practican deporte, afirman no ser aficionados a ningún club, liga o competición, lo cual demuestra el primer desalineamiento. El segundo desalineamiento se presenta con las personas que, a pesar de no practicar ningún deporte, si se consideran aficionados (47%).

La presente investigación tiene como objetivo principal, comprender el comportamiento del costarricense alrededor del deporte, y así poder identificar sus patrones de actividad y de afición. Para responder a este objetivo, se planteó un estudio exploratorio compuesto por un trabajo de campo que compilara ampliamente los patrones de comportamiento de los costarricenses en contextos deportivos. Un total de 403 encuestas completas se recopilaron, todas ellas dentro del Gran Área Metropolitana (GAM) bajo la metodología de interceptación. Los individuos participantes muestran las siguientes características demográficas: 190 son hombres, 206 mujeres y 7 no binarios, 66 personas son de Alajuela, 53 de Cartago, 64 de Heredia y 220 de San José. Metodologías similares han sido aplicadas en el pasado con éxito en sus resultados (Carazo y Alabí 2018; Montero 2020).

Se espera que los hallazgos sirvan de apoyo a diversas organizaciones, instituciones y clubes, tanto deportivos como sociales y culturales. Al mismo tiempo, la propia ciudadanía podría encontrar en estos resultados, un aporte importante e interesante dentro del contexto deportivo. Finalmente, la investigación se encuentra alineada a las áreas de interés propios de la Revista Reflexiones, específicamente a los subtemas de sociedad civil, espacio público, e identidades. A continuación, se presentan los resultados divididos en dos grandes bloques, a) lo referente a la práctica del deporte, y seguidamente b) las aficiones deportivas de los costarricenses del GAM.

## Desarrollo

### Práctica del deporte

**Figura 1.** Razones para practicar deporte.

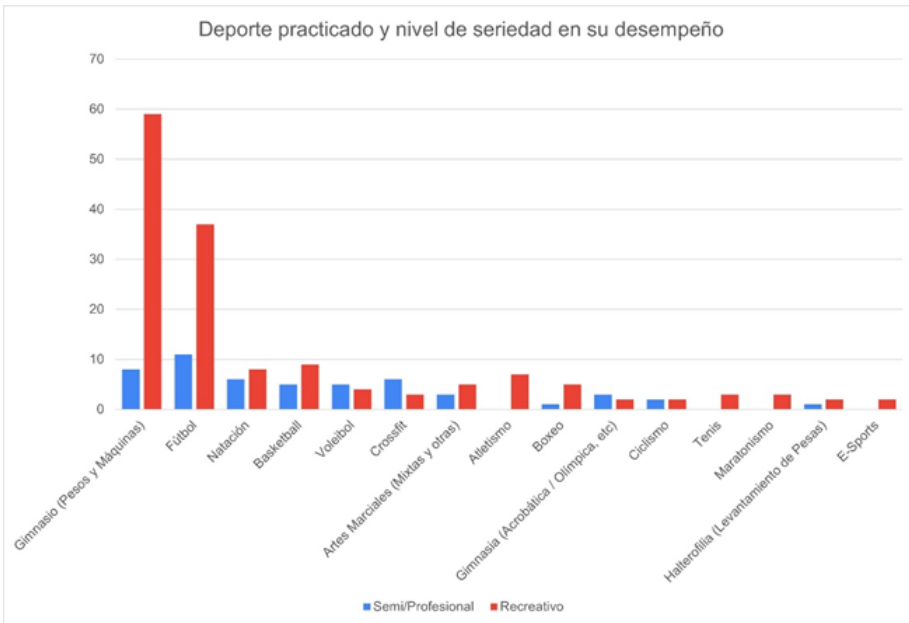


Según se observa en la figura 1, la diversión y la salud son los principales motivos por los que los costarricenses deciden practicar algún deporte. Seguidamente la relajación

(bajar niveles de estrés) y la superación personal, muestran una relevancia alta. En menor medida, pero siempre con una ponderación positiva, aparecen las relaciones sociales y la competencia como motivantes, ambos con cierto matiz de interacción humana.

Estos resultados son importantes porque sustentan que los aspectos de esparcimiento y salud (Hong y Hung 2024) son motivos importantes a la hora de realizar actividades deportivas. Al mismo tiempo, aspectos sociales y de interacción (Chet et al. 2023) se hacen evidentes como motivadores para abandonar el sedentarismo. Si nos fijamos, esencialmente todo redundará en mejoras de salud física y mental. Se podría asumir, que los costarricenses perciben un declive en el estrés y un aumento en su satisfacción personal y social a través de la interacción con otros seres humanos, ya sea recreacional o competitivamente.

**Figura 2.** Deporte practicado y nivel de seriedad en su desempeño.



De una extensa lista de posibles deportes, los 16 más practicados se presentan en la figura 2. El típico gimnasio (pesas y maquinas) aparece como el deporte más practicado por los costarricenses, superando incluso al fútbol, considerado por muchos como el deporte rey a nivel nacional (Rodriguez-Aguilar et al. 2019). La natación y el baloncesto surgen como una segunda fuerza, mientras que los eSports asoman ya como una rama definitiva. Esto marca uno de los resultados más importantes, ya que, en el pasado, los eSports no eran considerados como un deporte, sino más bien como un simple entretenimiento, hasta sedentario (Leep et al. 2023; Trotter et al. 2020). No obstante, hoy en día y con las nuevas generaciones, se le da el mismo matiz que cualquier otra actividad física, demandando preparación física y mental para su buena ejecución (Monteiro-Pereira et al. 2023; Trotter et al. 2020).

Es evidente que la mayoría de los practicantes de los diferentes deportes mencionados lo hacen de manera recreativa. Sin embargo, es importante apreciar que, en los casos del crossfit, la gimnasia, y el ciclismo, la cifra de profesionales (o semiprofesionales) iguala o supera a los recreativos, sugiriendo que estas actividades atraen a participantes deseosos de competir a un alto nivel. Podríamos argumentar entonces, que algunos deportes se tornan masivos en participación, mas no así en competición, mientras que otros, no tan intensivos en número de participantes, si derivan en una masa crítica importante de competidores.

Por este motivo, nos parece conveniente analizar 4 áreas deportivas específicas a un mayor nivel de detalle, el gimnasio (pesas y maquinas), el fútbol, la natación y el crossfit. Según se aprecia en la figura 3, el gimnasio tiene un nivel importante de compromiso o uso reiterado por parte del atleta, mientras que en la natación y el fútbol este compromiso se considera moderado. Finalmente, el compromiso demostrado por quienes practican el crossfit es muy alto, donde todos sus practicantes lo hacen 3 o más veces por semana.

**Figura 3.** Deporte más practicados y frecuencia de sus atletas.



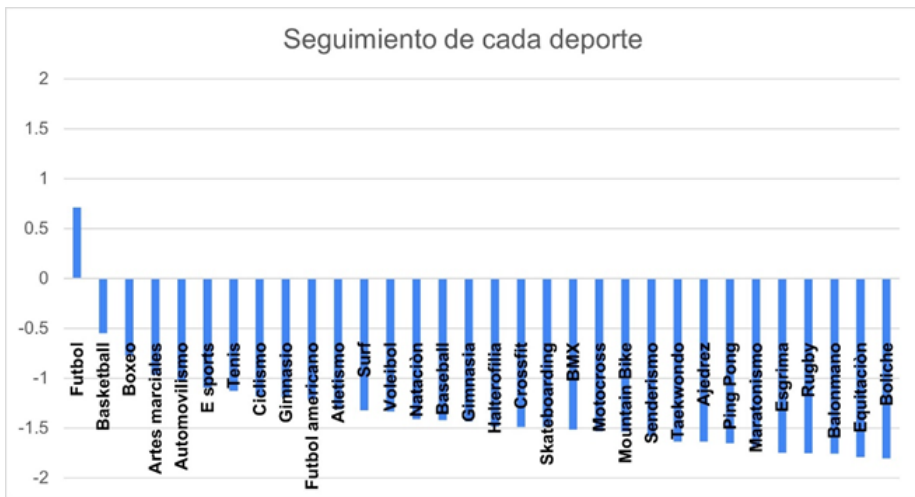
**Figura 4.** Motivos por los que se abandona la practica del deporte.



El principal motivo por el cual los costarricenses abandonan la práctica del deporte es la falta de motivación. Más del 65% de las personas que dejaron el deporte, afirman que la motivación (o la escasez de esta) es la que los llevo a este estado. En el otro extremo, un poco contraintuitivo, se mencionó que aspectos de salud motivan el abandono de la práctica del deporte. Esto contrasta con investigaciones previas que sugieren que la percepción de beneficios supera a las barreras cuando se habla de realizar deporte (Ortega et al. 2021). Al mismo tiempo contradice lo visto en la figura 1, donde la salud era precisamente la segunda razón de importancia para hacer deporte. Eventualmente, esto podría presentarse por desinformación o carencia de alternativas, como han sugerido otras investigaciones (Gómez-López et al. 2011). Por ejemplo, una persona podría sentir la necesidad de abandonar el gimnasio por problemas en la espalda, no obstante, no valora otras alternativas como la natación para mantenerse activo.

### Aficiones

Figura 5. Seguimiento que se asocia a cada deporte.



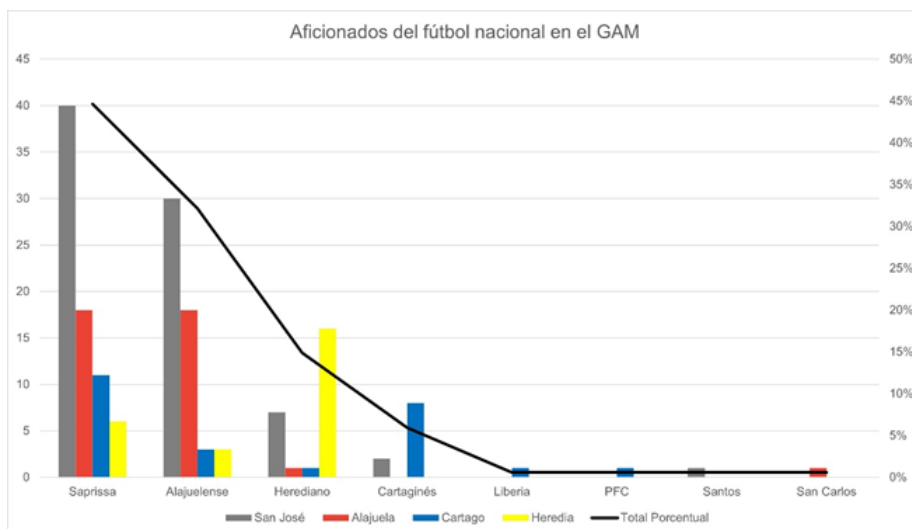
Al analizar las aficiones, se hace evidente que el fútbol es el deporte que más atención atrae de los costarricenses. Esto no es de extrañar, si vemos que en la literatura se cataloga a Latinoamérica como una región altamente futbolera, con una población considerada muy conocedora del tema (Giulianotti y Robertson 2012). Tanto es así, que este deporte es el único en superar la línea de indiferencia según se aprecia en la figura 5. No obstante, es importante apreciar que ni siquiera este deporte alcanza el nivel de aceptación 1 (es decir que, en promedio, no todos observan fútbol). El baloncesto es el único que, con puntuación negativa, al menos se acerca lo suficiente al punto de indiferencia como para considerarse relevante. Estos datos demuestran una muy baja diversidad en las aficiones nacionales, muy concentradas en un único deporte, y pocos seguidores de una amplísima diversidad de alternativas. En términos generales, se argumenta que las alternativas de entretenimiento a través del deporte son limitadas en nuestro país, y que el acceso a ellas se enfoca principalmente en el fútbol.

Para comprender mejor el fenómeno visto en la figura 5, debemos remitirnos a los niveles de observación general que existen en la población nacional. El 61% de los encuestados afirmaron ser aficionados a al menos un deporte. Esto deja una asombrosa cifra de 39% de personas que no siguen ningún deporte. Quizás, aquellos que si somos aficionados tenemos el sesgo preconcebido de que «todo el mundo» es hincha de algún equipo. No obstante, esta cifra es reveladora, 4 de cada 10 costarricenses no sigue ningún deporte, club o liga en lo absoluto. Dicho esto, los siguiente gráficos e información, analizará únicamente a ese 61% de costarricense que, si son aficionados a algún deporte, y los llamaremos simplemente *hinchas costarricenses*.

De estos hinchas costarricenses, es importante conocer, cuantos son aficionados al futbol nacional, ya que la principal liga de este deporte aglomera un gran número de medios de comunicación tradicionales y modernos, siendo objeto de enormes cantidades de contenido multimedia (Sotomayor 2020). Aquí nos topamos con la segunda gran sorpresa del estudio: el 68% de los hinchas costarricenses siguen el fútbol nacional, por lo tanto, incluso dentro de este subsegmento de la población, hay un 32% que no sigue el fútbol nacional. Dicho en otras palabras, a 3 de cada 10 hinchas costarricenses, en realidad no les interesa el fútbol criollo. Este dato arroja la sorprendente cifra de que un 58% de los costarricenses, le restan importancia general al fútbol costarricense. De todos modos, la cifra sigue siendo relevante, ya que un 42% de la población representa cerca de 2.2 millones de personas, y al mismo tiempo, es de todos sabido, que, aunque haya a quienes no les interesa el futbol (nacional o extranjero), termina por sentarse a ver los juegos simplemente por temas de convivencia o excusa social (Grieve et al. 2023).

Entonces, ¿cómo se distribuyen estos hinchas costarricenses con respecto a los clubes nacionales? A continuación, veremos información al respecto.

**Figura 6.** Aficionados del fútbol nacional en el GAM.

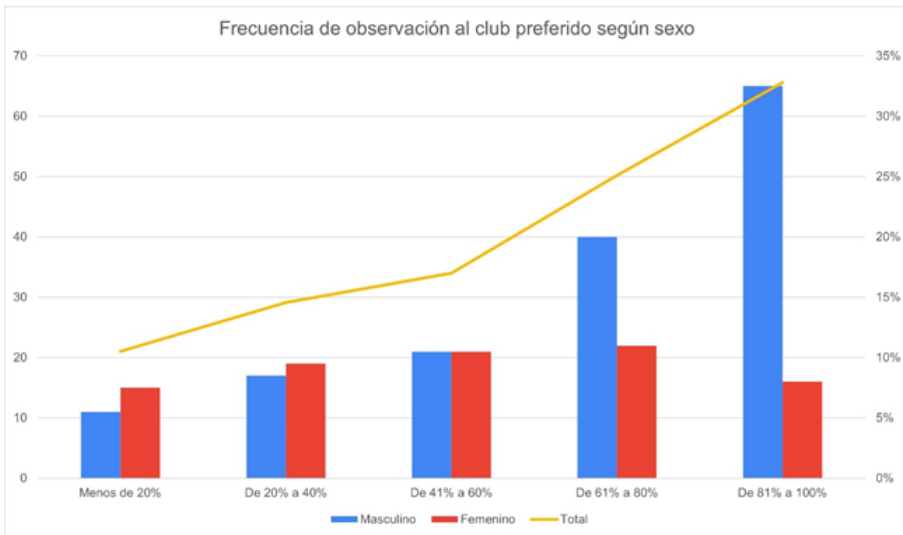


Si bien la consulta se realizó únicamente a personas del GAM, los resultados no distan mucho de lo visto en encuestas realizadas por otros colegas o agencias (Rodríguez-Aguilar et al. 2018). El Deportivo Saprissa lidera con 45% de los simpatizantes, seguido de Liga

Deportiva Alajuelense con 32% y el Club Sport Herediano con 15%. Posteriormente aparece el Club Sport Cartaginés con un 6%, mientras que Liberia, Puntarenas, Santos y San Carlos todos comparten la misma posición con un 1%.

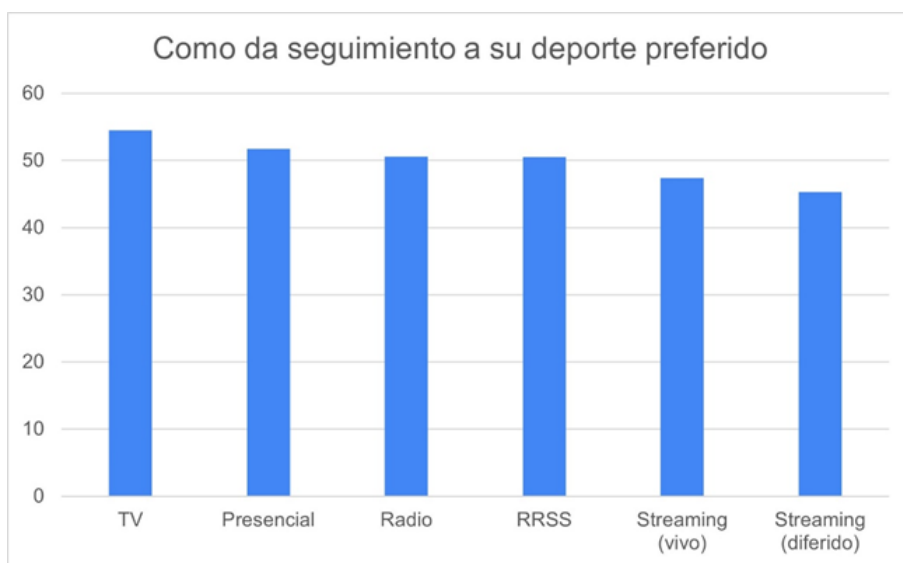
Seguidamente, en la figura 7 vemos la intensidad de observación de los hinchas costarricenses hacia el fútbol nacional. El análisis realiza una división del accionar por hombres versus mujeres. Como se puede apreciar, los hombres muestran una tendencia al alza, es decir, la mayoría de los caballeros observan más cantidad de partidos, mientras que el comportamiento de las mujeres es un poco más plano. El grueso de las mujeres dice observar los juegos de un 20% a un 80% de las ocasiones. Posteriormente, en la figura 8 podemos ver como la manera de ver los juegos ha cambiado con el tiempo. Hace escasos 20 años, este grafico sería ampliamente dominado por la televisión (Fisher 2005), no obstante, hoy vemos poca diferencia entre este medio, las redes sociales y el *streaming*. Interesante observar cómo, la radio, que muchos la verían desaparecida de no ser por las nuevas modalidades bajo-demanda (Lissitsa y Laor 2021), sigue vigente para transmisiones deportivas, solo superado por la televisión y asistir presencialmente al estadio.

**Figura 7.** Frecuencia de observación al club preferido según sexo.





**Figura 8.** Medio por el cual se da seguimiento al deporte preferido.



Finalmente, nos gusta hacer la distinción entre los aficionados de perilla y aquellos con mayor compromiso con su club o deporte favorito. En la ciencia del deporte, a esto se le conoce típicamente como el engagement (Wang 2023), que, si nos viéramos obligados a traducir el concepto, tendríamos problemas para encontrar una única palabra. Por lo tanto, brindamos al lector una breve definición de lo que este concepto implica. Por engagement debemos entender el nivel de relevancia, compromiso y entendimiento que el hincha tiene para con su deporte, liga o club preferido (Trkulja et al. 2023). A mayor nivel de engagement, podemos esperar mayor nivel de consumo (Steiner et al. 2023), ya sea en boletos, multimedia o mercancía (Kim et al. 2011). Por este motivo, los deportes y organizaciones deportivas más destacadas a nivel mundial luchan ahora más que nunca, en lograr que sus aficionados sean cada vez más, hinchas de alto engagement.

La manera en que tratamos de medir este concepto en esta investigación fue a través de la intensidad en seguimiento que dan los aficionados. Primero separamos a aquellos que dijeron no dar seguimiento a ningún club, catalogándolos como de engagement nulo. Posteriormente tenemos a los de bajo engagement, que a pesar de indicar que, si siguen a su equipo favorito, lo hacen escasamente en menos del 40% de las ocasiones que su equipo salta al terreno de juego. Así sucesivamente, vamos analizando el nivel de intensidad hasta llegar a quienes catalogamos como de Alto Engagement, que observan a su club preferido casi sin perder detalle durante toda la temporada.

Bajo este parámetro, el Herediano muestra las cifras de más alto engagement, con casi el 45% de sus aficionados en este umbral, y con un 75% de sus hinchas considerados como en engagement. Seguidamente, Saprissa y Alajuelense muestran cifras muy similares en ambos apartados, con 40% de sus aficionados en Alto Engagement y 68% en estado de engagement. Para el Cartaginés estos índices muestran cifras de 30% y 50% respectivamente.

## Conclusión

Vistos estos resultados, podemos concluir una serie de características importantes del costarricense promedio. Lo primero es que, efectivamente encuentra en el deporte un aliado para combatir males de salud, incluyendo, pero no limitándose al estrés. Adicionalmente, esa percepción es generalizada, a pesar de que solo el 54% dice practicar algún deporte. Por otro lado, si bien el fútbol es el deporte más seguido, no es el más practicado. Adicionalmente, el fútbol nacional es efectivamente la liga o competición con más seguidores, pero notablemente ese apoyo no es tan generalizado como tienden a hacernos creer los medios de comunicación. No obstante, y al menos con datos del GAM y seguidores de los 4 clubes más populares, hay un número importante de seguidores con engagement alto. Finalmente, y lo que lleva al título del presente artículo, hay un desalineamiento entre la práctica del deporte y ser aficionado a algún deporte. Un 35% de los costarricenses ya sea son seguidores, pero no practican deporte, o bien practican deporte, pero no son seguidores. Esto representa que 1 de cada 3 individuos muestra este tipo de desalineamiento. A esto podríamos sumarle (a pesar de considerarse un comportamiento alineado) que el 24% de las personas aseguran no practicar ningún deporte, ni tampoco seguir u observar deporte alguno.

Analizando cada uno de los hallazgos individualmente, tenemos que decir que la salud sigue siendo un apartado relevante. Organizaciones como la Caja Costarricense del Seguro Social (Castro 2022) y la Organización Mundial de la Salud (Bull et al. 2022), hacen un llamado constante a la práctica del deporte con estos fines. No obstante, y a pesar de darnos todos por entendidos, solamente el 54% de los costarricenses asegura hacer deporte regularmente. El llamado es precisamente a tener conciencia de los beneficios y que no debemos esperar a que tengamos un padecimiento, o a que una organización nos lo recomiende.

Por otro lado, si, somos un país futbolero (Navarro-Picado et al., 2021), pero ya no como antes. El auge de los video juegos, la escasez de espacios públicos, la inseguridad, el acceso a más y mejor contenido por múltiples plataformas (deportivo o de otra índole), la baja calidad del espectáculo (nuestro fútbol) y otro sin número de variables podríamos sugerir como factores de esta pérdida de interés por nuestra principal liga deportiva. El fin de este artículo no era encontrar los motivos, pero si ha quedado en evidencia que algo está sucediendo. Es imposible no remitirme a mi propio pasado, donde el fútbol era cosa de todos los días. En vacaciones o fines de semana, se jugaba hasta que nadie pudiera ver la pelota, y una vez salía el sol al día siguiente, el balón volvía a rodar. Al mismo tiempo, todos sabían quienes eran liguistas, saprissistas, heredianos o de cualquier otro club, nadie escapaba a tener unos colores marcados en su personaje.

Hoy, y según estos resultados, el fútbol ya no es el deporte más practicado. Tampoco hay certeza de ser observado y, por lo tanto, es menos probable asociar a todos los individuos a un club determinado. No obstante, y alineado con la cantidad y calidad del contenido, hoy hay medios de comunicación exclusivamente para este deporte con múltiples horas de contenido, que efectivamente es de mayor calidad que en el pasado. Al mismo tiempo, hay un grupo de individuos a los que se les puede encasillar dentro de los hinchas costarricenses con alto engagement. Los clubes involucrados, y la propia liga de primera división, deberían enfocar sus esfuerzos en dos vías: a) identificar quienes son estos aficionados, porque ahí

es donde esta la rentabilidad del deporte como entretenimiento, y b) determinar cuales son los detonantes para que una persona se convierta en uno de estos aficionados. De esta forma, puede enfocar sus esfuerzos en la satisfacción de los primeros y en crear una masa crítica cada vez más amplia atrayendo a los segundos.

Como futuras líneas de investigación, sugerimos hacer estudios multinacionales para corroborar que este comportamiento trasciende fronteras. Al mismo tiempo sería interesante poder medir los niveles de engagement de los clubes individuales con alguna cifra concreta de aficionados o campeonatos.

### **Apoyo financiero**

Este trabajo no contó con ningún apoyo financiero.

## REFERENCES

- Albrecht, Arne., Walsh, Gianfranco., Brach, Simon., Gremler, Dwayne., & van Herpen, Erica. 2017. "The influence of service employees and other customers on customer unfriendliness: A social norms perspective." *Journal of the Academy of Marketing Science* 45 (6): 827-847. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0505-6>.
- Bull, Fiona., Simpson, Paul., Thompson, Didi., Al-Mohannadi, Abdulla., Mamtani, Ravinder., Sheikh, Javaid., & Al-Thani, Mohammed. 2022. "En la Cumbre Mundial de Innovación para la Salud se aboga por legados sostenibles de los mega-eventos deportivos que impulsen la actividad física." *Comunicados de prensa OMS*, pp. 1-4. <https://www.who.int/es/news/item/06-10-2022-wish-summit-calls-for-sustainable-mega-sports-event-legacies-which-boost-physical-activity>. Descargado el 25 de septiembre de 2023.
- Carazo Barrantes, Carolina., & Halabí, Paula. 2018. "Una radiografía de la industria de la comunicación en Costa Rica. Encuesta a 100 empresas del sector (2016): A Radiography of the Communication Industry in Costa Rica." *Revista Reflexiones* 98 (1): 39–60. <https://doi.org/10.15517/rr.v98i1.32389>.
- Castro Carazo, Susana. 2022. "CCSS hace un llamado a mantener actividad física durante los días festivos." *Blog de Noticias CCSS*, pp. 1-8. <https://www.ccss.sa.cr/noticia?v=ccss-hace-un-llamado-a-mantener-actividad-fisica-durante-los-dias-festivos>. Descargado el 25 de septiembre de 2023.
- Cialdini, Robert., Reno, Raymond., & Kallgren, Carl. 1990. "A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places." *Journal of Personality and Social Psychology* 58 (6): 1015. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015>.
- Cialdini, Robert., Demaine, Linda., Sagarin, Brad., Barrett, Daniel., Rhoads, Kelton., & Winter, Patricia. L. 2006. "Managing social norms for persuasive impact." *Social influence* 1 (1): 3-15.
- Delia, Elizabeth. B. 2017. "March sadness: Coping with fan identity threat." *Sport Management Review* 20 (4): 408-421.
- Delia, Elizabeth. 2019. "“You can’t just erase history”: Coping with team identity threat." *Journal of Sport Management* 33 (3): 203-214.
- de Jubera, Magdalena., Valdemoros, María., Alonso, Rosa., Aranzuri, Eva., & de León Elizondo, Ana. "Contribución del Ocio Físico-Deportivo Intergeneracional al Bienestar de las Personas Mayores." *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social* 12 (1): 31-50.
- Fehr, Ernst., & Schurtenberger, Ivo. 2018. "Normative foundations of human cooperation." *Nature human behaviour* 2 (7): 458-468
- Feldman, G., Kutscher, L., & Yay, T. (2020). Omission and commission in judgment and decision making: Understanding and linking action-inaction effects using the concept of normality. *Social and Personality Psychology Compass*, 14(8), e12557.
- Feldman, Gilad., Kutscher, Lucas., & Yay, Tijen. 2020. "Omission and commission in judgment and decision making: Understanding and linking action-inaction effects using the concept of normality." *Social and Personality Psychology Compass* 14 (8): e12557.

- Fisher, Andrew. 2005. "Watching Sport—But Who Is Watching's." *Journal of the Philosophy of Sport* 32 (2): 184-194.
- Gimpel, Henner., Heger, Sebastian., Olenberger, Christian., & Utz, Lena. 2021. "The effectiveness of social norms in fighting fake news on social media." *Journal of Management Information Systems* 38 (1): 196-221.
- Giulianotti, Richard., & Robertson, Roland. 2012. "Mapping the global football field: a sociological model of transnational forces within the world game." *The British journal of sociology* 63 (2): 216-240.
- Gómez-López, Manuel., Granero-Gallegos, Aantonio., & Baena-Extremera, Aantonio. 2011. "The abandonment of an active lifestyle within university students: Reasons for abandonment and expectations of re-engagement." *Psychologica Belgica* 51 (2): 155-175.
- Grieve, Frederick., Wann, Daniel., Havard, Cody., Partridge, Julie., Peetz, Ted., Zapalac, Ryan. K., & Cotterman, Rriley. 2023. "The Strategies Sport Fans Used to Cope with the COVID-19 Pandemic Lockdown of Sporting Events." *Journal of Emerging Sport Studies* 9.
- Hong, Jon., & Hung, Wei. 2024. "Exercise health belief related to "Fit-Fun" exergame play interest, anxiety, practicing attitude, and exergaming performance." *Entertainment Computing* 48: 100602.
- Kim, Yu., Trail, Galen., & Ko, Yong. 2011. "The influence of relationship quality on sport consumption behaviors: An empirical examination of the relationship quality framework." *Journal of Sport Management* 25 (6): 576-592.
- Lepp, Andrew., Dowdell, Bryan., Yim, Brian., & Barkley, Jacob. 2023. "Esports Gamers, Recreational Gamers, and the Active Couch Potato Lifestyle." *American Journal of Lifestyle Medicine*, 15598276231184159.
- Lissitsa, Sabina., & Laor, Tal. 2021. "Baby Boomers, Generation X and Generation Y: Identifying generational differences in effects of personality traits in on-demand radio use." *Technology in society* 64: 101526.
- Liu, Xutao., Soh, Kim., & Omar Dev, Roxana. 2023. "Effect of Latin dance on physical and mental health: a systematic review." *BMC public health* 23 (1): 1-12.
- Melnyk, Vladimir., van Herpen, Erica., & Trijp, Hans. 2010. "The influence of social norms on consumer decision making: A meta-analysis." *ACR North American Advances*. <http://www.acrwebsite.org/volumes/15187/volumes/v37/NA-37>.
- Monteiro Pereira, Ana., Bolling, Caroline., Birch, Phil., Figueiredo, Pedro., Verhagen, Evert., & Brito, Joao. 2023. "Perspectives of efootball players and staff members regarding the effects of esports on health: a qualitative study." *Sports Medicine-Open* 9 (1): 1-17. DOI: 10.1186/s40798-023-00617-0
- Montero Corrales, Laura. 2020. "Un acercamiento hacia la apropiación y consumo de Instagram por parte de jóvenes universitarios." *Revista Reflexiones* 99 (2). <https://doi.org/10.15517/rr.v99i2.39543>.
- Navarro-Picado, José., Torres-Moraga, Eduardo., Alonso Dos Santos, Manuel., Mastromartino, Brandon., & Zhang, James. 2023. "Strategies of German Bundesliga and English Premier League clubs for the COVID-19 crisis: the case of international broadcasting fans." *Review of Managerial Science* 17 (1): 209-232.

- Navarro-Picado, José., Torres-Moraga, Eduardo., & González-Serrano, María. 2022. "How are fans teams' consumption behaviors impacted by their federations' innovativeness perceived organizational legitimacy." *Sport in Society* 25 (8): 1545-1564.
- Ortega Muñoz, Angélica., Fumero Pérez, Sergio., & Solano López, Ana. 2021. "Autoeficacia, percepción de barreras y beneficios de la actividad física en estudiantes universitarios costarricenses." *Pensar En Movimiento: Revista De Ciencias Del Ejercicio Y La Salud* 19 (2): e44669. <https://doi.org/10.15517/pensarmov.v19i2.44669>.
- Prado, Elena., Morales, María., & Calle-Molina, María. 2023. "Revisión sobre los beneficios psicosociales que las personas receptoras obtienen del aprendizaje-servicio...." *Bordón. Revista de Pedagogía* 75 (1): 111-126.
- Rodríguez Aguilar, Onésimo., Porras Solís, Ángel., Díaz González, José., Solís Bastos, Laura., Mora Solano, Sindy., Rodríguez Soto, Maritza., & Guillén Araya, María. 2019. "Percepción de la población costarricense sobre fútbol y barras 2018."
- Silva, María., Rentería, Libardo., & Aristizabal, Diego. 2023. "Barreras percibidas y nivel de actividad física en universitarios colombianos durante la pandemia por covid-19." *Pensar en Movimiento: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud* 21 (2): e51144-e51144.
- Sotomayor, Antonio. 2020. "Sport in Latin America and the Caribbean." *Oxford Bibliographies Online*.
- Steiner, Emil., Pittman, Matthew., & Boatwright, Brandon. 2023. "When Sports Fans Buy: Contextualizing Social Media Engagement Behavior to Predict Purchase Intention." *International Journal of Sport Communication*, 1(aop): 1-11.
- Trkulja, Željka., Dlačić, Jasmina., & Primorac, Dinko. 2023. "Exploring the importance of consumer engagement for successful sports club projects." *European Project Management Journal* 13 (1): 37-49.
- Trotter, Michael., Coulter, Tristan., Davis, Paul., Poulus, Dylan., & Polman, Remco. 2020. "The association between esports participation, health and physical activity behaviour." *International journal of environmental research and public health* 17 (19): 7329.
- Wang, Wenche. 2023. "Customer engagement on social media: an examination of NFL teams' Instagram posts." *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Zapata Lamana, Rafael., Fuentes Figueroa, Victor., Reyes Molina, Daniel., Geisse Zárate, Alex., & Cigarroa, Igor. 2021. "Características metodológicas en el estudio del compromiso hacia la práctica de actividad física y ejercicio en población general: una revisión sistemática." *Pensar En Movimiento: Revista De Ciencias Del Ejercicio Y La Salud* 19 (1): e43121. <https://doi.org/10.15517/pensarmov.v19i1.43121>.
- Zinke-Allmang, Anja., Bhatia, Amiya., Gorur, Krittika., Hassan, Rahma., Shipow, Amy., Ogolla, Concilia., & Cislighi, Beniamino. 2023. "The role of partners, parents and friends in shaping young women's reproductive choices in Peri-urban Nairobi: a qualitative study." *Reproductive health* 20 (1): 1-11.