

Universidad Nacional
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Historia

***EL ACCESO Y MANEJO DE LA INFORMACIÓN DIGITAL EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK. UN ACTIVISMO POLITICO: EL CASO DEL GRUPO COALICIÓN
COSTA RICA EN LA SEGUNDA RONDA ELECTORAL EN EL 2018***

José Pablo González Cervantes
Christian Stefano Montes Morales
Kevin Andrés Ruiz Chaves
Stiven Erasmo Solórzano Herrera

**Informe final de seminario como modalidad de graduación sometido a consideración del
Tribunal Examinador para optar al grado de Licenciatura en la Enseñanza de los Estudios
Sociales y Educación Cívica**

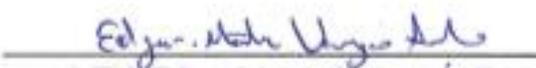
Heredia, Costa Rica, 2019

Tribunal Examinador


Dr. José Andrés Díaz González
Representante
Facultad de Ciencias Sociales

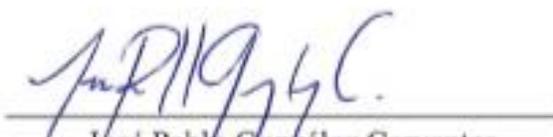

MSc. Yolanda Zuñiga Arias
Directora
Escuela de Historia


MSc. Margarita Torres Hernández
Responsable Académica


MEd. Edgar Martín Vargas Ávila
Responsable Académico

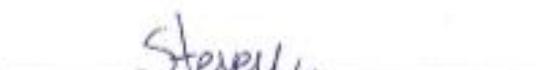

MSc. Roberto Granados Porras
Lector


MSc. Maureen Aragón Redondo
Lectora


José Pablo González Cervantes
Sustentante


Christian Stefano Montes Morales
Sustentante


Kevin Andrés Ruiz Chaves
Sustentante


Stiven Erasmo Solórzano Herrera
Sustentante

Resumen Ejecutivo

La presente investigación forma parte del seminario para optar por el grado de Licenciatura en la Enseñanza de los Estudios Sociales y Educación Cívica. La misma busca problematizar la dinámica del acceso y manejo de la información digital en la red social Facebook, mediante un estudio de caso del activismo político del grupo Coalición Costa Rica en la segunda ronda electoral en el 2018. Para lograr tal cometido, el trabajo se aborda desde un paradigma sociocrítico y un enfoque cualitativo, que se apoya en distintos instrumentos para analizar la problemática en relación con el eje del seminario. En ese sentido, se concibe la red social Facebook como un espacio de participación y aprendizaje informal que es de especial interés para la educación y la asignatura de los Estudios Sociales y Cívica.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, queremos agradecer a todos los colaboradores que fueron partícipes del contexto electoral 2018 que permitieron darnos a conocer sus experiencias particulares en el contexto estudiado. El tiempo que emplearon, su compromiso y la pasión que nos brindaron fue significativa para nuestra formación personal y profesional.

También, agradecemos a nuestros dos profesores encargados Margarita Torres y Martín Vargas, que fueron los responsables académicos de nuestro proceso formativo. Sus enseñanzas, consejos y pasión orientaron nuestro juicio por el mejor camino. Esto nos permitió encontrar puntos coincidencia, fortalecer el consenso y lograr claridad con nuestra investigación.

Reconocemos también al Dr. Ignacio Siles de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Costa Rica, por su tutela respecto a la temática, así como los espacios que nos facilitó, su conocimiento y consejos que generaron insumos importantes con nuestro trabajo. Agradecemos a nuestros lectores Maureen Aragón y Juan Pablo Corella, que facilitaron los espacios en sus agendas para atender nuestro trabajo.

Otra persona que siempre estuvo ahí en las buenas y en las malas fue nuestro amigo Walter Mora, encargado del laboratorio de informática del Centro de Estudios Generales. Su compañía y comprensión de nuestro contexto estudiantil nos permitió avanzar y tener un espacio de socialización en diferentes momentos de nuestra investigación.

Agradecemos profundamente a todas las personas que nos ayudaron en este arduo recorrido. Este trabajo es evidencia que en la vida no hay obstáculos que eviten alcanzar los sueños y anhelos, teniendo siempre la determinación y claridad de donde se desea llegar.

DEDICATORIA

A mis padres: Virgilio y Analibett, por todo su apoyo.

A Dios por toda la fortaleza.

- De José Pablo González Cervantes

A mis padres: Lilianeth Chaves y Edgar Ruiz, por todo su apoyo y comprensión.

A mi compañera y colega Kimberly Sevilla por todo su amor y soporte.

A Dios por la sabiduría y la fuerza en los momentos más difíciles.

“Cada minuto que pasa es otra oportunidad para cambiarlo todo”

- De Kevin Andrés Ruiz Chaves

A mis padres: Carmen Herrera y Erasmo Solórzano, por todo su apoyo.

A nuestros Profesores Margarita Torres y Martín Vargas por toda la guía durante este proceso formativo.

- De Stiven Erasmo Solórzano Herrera

A mi madre, Martha Morales, por todo su apoyo.

A la Universidad Nacional y la Escuela Historia, por permitir este proceso.

A mis Profesores Margarita Torres y Martín Vargas por el acompañamiento formativo.

- De Christian Stefano Montes Morales

Índice general

Tribunal Examinador	ii
Resumen Ejecutivo.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DEDICATORIA.....	v
Índice general	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de imágenes	ix
Presentación	1
Problema de investigación	3
Preguntas secundarias.....	3
Capítulo I	4
De la era digital a la incursión de un gobierno digital en Costa Rica	4
Surgimiento de la era digital	5
Las redes sociales y el activismo político	9
El Gobierno Digital en Costa Rica y la participación del Estado en Facebook.....	13
Capítulo II	19
El uso de la red social Facebook como herramienta política en Costa Rica	19
La red social Facebook en Costa Rica	20
El muro de Facebook su potencial de divulgación y funcionamiento: el caso del proceso electoral 2014 en Costa Rica	22
Capítulo III.....	32
Contexto electoral 2018 y el papel de los medios de comunicación en Facebook.....	32
Contexto electoral 2018	32
Medios de comunicación en Facebook durante el proceso electoral 2018	36

Reacciones generadas por usuarios ante las noticias emitidas en Facebook, durante el proceso electoral 2018	38
Capítulo IV	42
Acceso y manejo de información en Facebook, el caso del grupo Coalición Costa Rica.....	42
Surgimiento del grupo Coalición Costa Rica. Propósitos y alcances de la agrupación	42
Grupo Coalición durante el período de la segunda ronda	49
Capítulo V	56
Una propuesta desde la experiencia del activismo de Coalición Costa Rica para una reflexión crítica sobre el uso de redes sociales como Facebook.....	56
El acceso y manejo de la información digital generado por el grupo coalición Costa Rica en la red social Facebook incidió en el activismo político durante la segunda ronda 2018	56
Activismo político en redes sociales.....	59
La experiencia de la investigación sobre el grupo Coalición Costa Rica como un espacio de reflexión sobre el acceso y manejo de la información en redes sociales	64
Caso 1: Fake News	66
Caso 2: Amarillismo en los medios de comunicación (Facebook).....	68
Caso 3: Facebook y la política	70
Caso 4: Activismo en Facebook	71
Conclusiones	75
Recomendaciones	77
Bibliografía	78
Anexos	82

Índice de tablas

Cuadro N.1 Comparación de las publicaciones realizadas por cuatro candidatos presidenciales a través de Facebook. Costa Rica, enero 2014.	29
---	----

Índice de imágenes

Imagen 1. Participación de colaboradores del taller “El acceso y manejo de la información en la red social Facebook.	63
--	----

Presentación

Esta investigación pretende conocer la problemática relacionada con el acceso y manejo de la información digital en Facebook, así como el activismo político mediante el estudio de caso del grupo Coalición Costa Rica durante la segunda ronda electoral del 2018. En el proceso de elaboración de la investigación se profundizó sobre cómo las y los ciudadanos accedieron y manejaron la información en esta red social digital. De igual manera, la forma en que se ha ido conformando el activismo político desde las redes sociales, en específico con grupo Coalición Costa Rica en Facebook.¹

A partir de entrevistas y otros instrumentos se obtuvieron resultados importantes que demuestran la dinámica de la participación ciudadana en estos espacios durante la coyuntura estudiada y se ofrece un panorama importante a considerar, incluso para futuros procesos electorales. Asimismo, se pretende reflexionar sobre si son necesarios nuevos planeamientos educativos a partir de los resultados y análisis de esta experiencia de investigación.

En el primer capítulo se aborda el surgimiento de la era digital como fenómeno global, lo cual ayuda a la comprensión del contexto tecnológico en que se enmarca la investigación y el inicio de las redes sociales. Se explica cómo éstas a su vez se han convertido en una herramienta para el activismo y la organización de movimientos sociales. Debido a que nuestro país también forma parte de este contexto, posteriormente se analiza el papel del Estado costarricense en la regulación de los espacios virtuales y la participación por medio de un Gobierno Digital que se extiende hasta las redes sociales como Facebook.

En el segundo capítulo, denominado “El uso de la red social Facebook como herramienta política en Costa Rica”, se explica cómo ha sido el proceso del uso de la red social en el país. Este capítulo durante el periodo de estudio aborda cómo Facebook ha incidido en el ambiente político costarricense. Esto se entiende con una explicación de la dinámica del muro de Facebook. Igualmente, se retoma el proceso electoral del 2014 como contexto previo al 2018. En las elecciones del 2014 en Costa Rica se refleja una mayor incidencia de las redes

¹ El diseño de esta investigación fue presentado y aprobado ante la Comisión de Trabajos Finales de Graduación en octubre del 2018, dicho documento puede ser consultado en la Escuela de Historia de la Universidad Nacional.

sociales con la propaganda y difusión de los partidos políticos. Todo esto permite dar un preámbulo de comprensión para los siguientes capítulos.

En el tercer capítulo titulado “Contexto electoral 2018 y el papel de los medios de comunicación en Facebook”, describe cómo fue el proceso electoral desde la primera hasta la segunda roda. Para comprender el acceso y manejo de la información, así como el activismo político en Facebook, durante la segunda ronda electoral. Se hace necesario realizar una contextualización de este proceso electoral, por ende, este apartado busca este propósito.

En el cuarto capítulo titulado “Acceso y manejo de información en Facebook, el caso del grupo Coalición Costa Rica” se explica el surgimiento el grupo Coalición Costa Rica en la red social Facebook como estudio de caso, analizando algunas características que dieron hincapié al nacimiento de éste. Después, incluye un abordaje de aquellos aspectos que resultaron clave para entender la dinámica de acceso y manejo de información generados por participantes previamente seleccionados y que fueron partícipes del grupo Coalición Costa Rica.

En el último apartado se realiza una reflexión final sobre el proceso que se ha realizado durante la investigación, cuya problemática y resultados se abordaron mediante una propuesta pedagógica de un taller. En dicha actividad se trató de comprender la dinámica del uso y manejo de la información digital en Facebook mediante ejemplos o casos, así como el activismo político realizado durante la segunda ronda electoral en el 2018. Se explica la importancia de este tema para la educación costarricense, en especial en la asignatura de Estudios Sociales y Educación Cívica.

Problema de investigación

¿Cómo se relacionó el acceso y manejo de la información digital en la red social Facebook con el activismo político generado por el grupo Coalición Costa Rica durante la segunda ronda electoral del 2018?

Preguntas secundarias

- ¿De qué manera la era digital ha posibilitado el activismo político mediante redes sociales digitales?
- ¿Cuál ha sido la participación del gobierno digital de Costa Rica en relación con el acceso y manejo de información en Facebook?
- ¿De qué forma contribuyó el uso de Facebook en el proceso electoral costarricense del 2014 como herramienta política?
- ¿Cómo difundieron tres de los principales medios de comunicación la información a través de la red social Facebook en el contexto electoral 2018?
- ¿Qué tipo de reacciones generaron en los usuarios las noticias e información difundida en Facebook durante la segunda ronda electoral 2018?
- ¿Cómo se explica el surgimiento del grupo Coalición Costa Rica en la red social Facebook durante la segunda ronda electoral 2018?
- ¿Qué procedimientos fueron empleados por los participantes del grupo Coalición Costa Rica en el acceso y manejo de la información en Facebook durante la segunda ronda electoral 2018?
- ¿De qué manera el acceso y manejo de la información digital generada por el grupo Coalición Costa Rica en la red social Facebook facilitó el activismo político durante la segunda ronda 2018?
- ¿Cómo aprovechar la experiencia de investigación sobre el activismo político del grupo Coalición Costa Rica para plantear un espacio de reflexión sobre el acceso y manejo de la información en Facebook?

***EL ACCESO Y MANEJO DE LA INFORMACIÓN DIGITAL EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK. UN ACTIVISMO POLITICO: EL CASO DEL GRUPO COALICIÓN COSTA
RICA EN LA SEGUNDA RONDA ELECTORAL EN EL 2018***

Capítulo I

De la era digital a la incursión de un gobierno digital en Costa Rica

En este capítulo se aborda el surgimiento de la era digital y de sus implicaciones en la sociedad actual. Este aspecto es de suma importancia para comprender el contexto tecnológico cómo un fenómeno global, que posteriormente marca el inicio o nacimiento de las redes sociales en las cuales se circunscribe esta investigación. Cabe señalar que para los efectos de este trabajo cuando se habla de redes sociales se refiere siempre al ámbito digital (Twitter, Facebook, entre otras) y no a otro tipo de redes sociales.

Posteriormente se analiza la forma en que estas redes se han convertido en una herramienta o espacio que facilita el activismo y la organización de movimientos sociales. Se proporcionan ejemplos de algunos casos conocidos a nivel mundial en el que las redes sociales han jugado un papel importante ante coyunturas políticas o electorales. Estos casos que han surgido en los Estados Unidos, Medio Oriente y España, no son únicos, y más bien reflejan una tendencia global en que las tecnologías, especialmente redes sociales digitales están tomando mucho protagonismo en cuanto a la participación y activismo de las personas.

Por su puesto Costa Rica no escapa a esta realidad, y como parte de la expansión y aumento en el acceso a internet y dispositivos electrónicos, el Estado ha mostrado interés en conformar una propuesta de Gobierno Digital. En este capítulo se explica dicho concepto, surgimiento y, además, se analizan las legislaciones o iniciativas que se han creado en relación con la gobernanza digital. Por último, se analizan datos obtenidos de las principales páginas de instituciones del gobierno en la plataforma de Facebook para establecer el alcance y la interacción que han logrado con la ciudadanía dentro del marco de la implementación de un gobierno digital.

Surgimiento de la era digital

La era digital es también conocida como la de la información o de la informática. Autores como Luis Joyanes, argumentan que las décadas de los cincuenta y sesenta, significaron la llegada de nuevas tecnologías de información y comunicación en dónde apuntó hacia “el nacimiento de una sociedad totalmente distinta a la que hoy se conoce por capitalista; es decir, la sociedad de la información y con mayor rigor, la Cibersociedad”²

Por su parte Manuel Castells señala que:

“El cambio tecnológico que liberó todas las potencialidades de las redes fue la transformación de las tecnologías de la información y la comunicación, basada en la revolución de la microelectrónica que tuvo lugar en las décadas de 1950 y 1960. Este cambio tecnológico sentó las bases de un nuevo paradigma tecnológico que se consolidaría en los años setenta, primero en Estados Unidos, para difundirse después rápidamente por todo el mundo dando paso a lo que he denominado, descriptivamente, la Era de la Información.”³

Para comprender lo explicado por Castells, es necesario ahondar en un aspecto importante: el desarrollo de numerosas aplicaciones informáticas y la creación de nuevos aparatos, como las computadoras personales o teléfonos inalámbricos, para facilitar la comunicación. La aparición de estos equipos, suponen el primer hincapié hacia el nacimiento de una era digital, en la que “esta nueva etapa de la humanidad supone una revolución, no sólo de los sistemas clásicos de difusión de la información, sino, y, sobre todo, de las conductas de los ciudadanos.”⁴

Estas invenciones y su posterior perfeccionamiento a través del tiempo vinieron de la mano de la creación de un gran conjunto interconectado de redes de comunicaciones y conexiones descentralizadas lo que, posteriormente, se conoce como internet.

² Luis Joyanes, “*Cibersociedad: Los retos actuales ante un nuevo mundo digital*”. (Madrid: McGraw Hill-Hill/Interamericana de España), 1997, 4.

³ Manuel Castells, “*Comunicación y poder*”. (Madrid: Alianza Editorial), 2009, 49.

⁴ Joyanes, 5.

“La supercarretera de información, cómo se llama a la internet, dispone de numerosos recursos de información. El acceso a los mismos es posible mediante las páginas web o world wide web (WWW) que constituyen un sistema de navegación en los documentos de carácter hipertextual, con capacidades multimedia, es decir con posibilidades de acceso a la información en texto, gráfico, audio y video en un formato fácil de utilizar”⁵

El internet es acreditado entonces como un “mundo virtual” de información en el que se integran y convergen elementos como la multimedia y los recursos en línea. Estas características hacen que el mismo tenga un elemento diferenciador; pasando de ser un valor añadido a casi imprescindible para el funcionamiento de las tecnologías de información. Al mismo tiempo y, con los rasgos anteriormente mencionados, el internet crece en los recursos de conexión existentes, ya sean alámbricos -redes de cobre, fibra óptica y cables submarinos- e inalámbricos como el espectro electromagnético.⁶

Todo el conglomerado de internet funciona a través de extensas redes informáticas interconectadas entre sí. “Esto permite que las unidades sociales (individuos u organizaciones) interactúen en cualquier momento, desde cualquier lugar, dependiendo de una infraestructura de apoyo que administra los recursos materiales en una red distribuida de información.”⁷ De este modo, se entiende entonces que gran parte del funcionamiento comunicativo y social cambia hacia nuevas formas originadas a través de autopistas de información o redes digitales de internet.

Al respecto, Castells denomina a este fenómeno “Sociedad Red”. El mismo se entiende como una

“(…) estructura social compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura”⁸

⁵ Radamés Linares, Mariela Patersson y Larisa Viciado. “La información a través del tiempo” *ACIMED* (Cuba), (2000): 236.

⁶ Joyanes, 7.

⁷ Castells, 50.

⁸ *Ibid*, 51.

Para Castells, las sociedades están funcionando a través de grandes tejidos de información circulante y masiva para el consumo de la sociedad. Estas son aprovechadas por instituciones sociales como la educación, la cultura y, sobre todo, hace hincapié al uso de las tecnologías de información de las esferas de poder que rigen los distintos gobiernos. Las redes sociales digitales resultan entonces, en una manifestación más del funcionamiento de la sociedad red a la que hace alusión el autor.

Hay diferentes perspectivas, teorías y enfoques sobre las redes sociales. Sus análisis se gestan a partir de puntos de vista sociológicos y antropológicos. De esta manera, se comprende que las redes sociales humanas “(...) se centran en una visión de la estructura social como conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de la sociedad.”⁹No obstante, con el advenimiento de la era de la información, hay un nuevo paradigma de las redes sociales aplicado a lo digital que funcionan -como se explicó anteriormente- por autopistas de información y aparatos tecnológicos.

Por lo tanto, las redes sociales digitales son entendidas como:

“(...) un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas. Desde luego, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, así como también la seguridad e inseguridad que dan las relaciones que se suscitan por esta vía.”¹⁰

Con el crecimiento exponencial que tiene el internet y el avance acelerado de las nuevas tecnologías, cada vez hay más integración y facilidad para que las personas logren acceder a ellas. Por ende, los diferentes formatos en que pueden ser accedidas -sean en páginas web, o aplicaciones diseñadas para diferentes sistemas operativos- se diversifican aún más en diferentes aparatos tecnológicos, ya sean computadoras personales, tabletas o teléfonos celulares.

A este tipo de convergencia e integración del internet se le denomina la web 2.0. La misma es entendida como, “un conjunto de herramientas y sitios en línea utilizados para crear

⁹ Félix Requena, “*Análisis de redes sociales: Orígenes, teorías y aplicaciones*”. (Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas), 2012, 3.

¹⁰ Harold Hütt Herrera. “Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”. *Reflexiones* (San José, Costa Rica) 91, n. 2, 2012: 123.

y compartir información, además de facilitar la comunicación entre usuarios; dicho conjunto incluye blogs, wikis, RSS, podcasts, sitios para compartir fotos y videos, sitios para la interacción y mercados sociales, además de mundos virtuales.”¹¹ Dicho de otro modo, las redes sociales digitales son los sitios de internet con más predominancia en la web 2.0. La gran cantidad de páginas de internet se enlazan con ellas y se desarrollan, así como los diferentes servicios disponibles para las personas funcionan a través de estas, por lo que se afirma que la web 2.0 está centrada en la interactividad de personas, es decir, son protagonistas de los contenidos y aplicaciones que se desarrollan en ella. Gabriel Pérez apunta a que la web 2.0 tiene muchos significados.

“Mientras que para algunos sectores pueden ser una oportunidad de negocios, para otros son herramientas con un carácter profundamente social. Quizá uno de los elementos más destacables de esto es que todo el conjunto de valoraciones simbólicas y de usos interactúan entre sí, dando lugar a muy variadas relaciones entre los usuarios.”¹²

La extensión y uso masivo de las redes sociales digitales empezó con el nacimiento de Facebook -fundada por Mark Zuckerberg- “(...) el 4 de febrero de 2004 y el 21 de marzo de 2006 con la llegada de Twitter”¹³ Su objetivo principal consistía en hacer amigos, compartir mensajes, fotografías y videos. No obstante, se ha puesto en discusión el funcionamiento de estas y quiénes las dirigen principalmente. Actualmente es concebida como una compañía de capital abierto, cuyo valor asciende a “(...) unos 420 mil millones de dólares y la red tiene aproximadamente 2,2 mil millones de usuarios, el valor de mercado de Facebook sería de unos 190 de dólares o menos, por usuario.”¹⁴ Aunque es un sitio web de registro gratuito para las personas, su principal fuente de ingresos es la publicidad y la interacción que genera los usuarios con la misma.¹⁵ La red social es controlada por una empresa que genera bastantes ganancias, lo que pone en tela de duda las condiciones que puede establecer la compañía, para

¹¹ Javier Tarango y Jesús Cortés (coord.), “*Gobierno Digital y Ciudadanía Digital*” (Buenos Aires: Alfagrama Ediciones), 2016, 131.

¹² Gabriel Pérez. “La web 2.0 y la sociedad de la información”, *Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (México) 56, n. 212 (mayo-agosto 2011): 57-68, 67. URL: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182011000200004

¹³ Tarango, “Gobierno Digital y...”, 131.

¹⁴ *El Periódico*, “¿Cuánto vale tu Facebook?”, 20 de diciembre 2018, URL: <https://www.elperiodico.com/es/ciencia/20181219/estudio-valor-real-usuarios-facebook-7209018>

¹⁵ *Ibid.*

el funcionamiento de Facebook y el tratamiento de la información, el cual se centrará esta investigación.

Las redes sociales y el activismo político

Muchos de los fenómenos sociales como las manifestaciones, protestas y el activismo político de la era actual de información, se han ido conformando a través del uso de plataformas virtuales como foros, páginas web, blogs, entre otros, por lo que:

“(…) las tecnologías de la comunicación abren nuevas posibilidades de comunicación horizontal entre los ciudadanos, disminuyen los costos de transacción de la comunicación en el espacio público, aceleran la velocidad de la comunicación y eliminan la distancia física permitiendo que las personas y grupos emitan e intercambien opiniones en una escala imprevista.”¹⁶

Las redes sociales en entornos virtuales han permitido a diferentes grupos y colectivos de personas en distintos contextos, comunicarse, informarse y organizarse en torno a distintas coyunturas sociales que afectan a las sociedades. Estas redes sociales si bien sirven para conectar personas y generar entretenimiento, se han venido convirtiendo también en un espacio de encuentro, comunicación y activismo. Lo anterior se debe a la penetración que tiene la tecnología en la vida diaria de millones de usuarios en el mundo, que usan sus dispositivos móviles, tabletas y computadoras para acceder con frecuencia a estas plataformas. El activismo político es un ejemplo de cómo personas y grupos han aprovechado la facilidad que ofrecen las redes sociales para difundir información, convocar eventos y hasta hacer denuncias de manera pública. Y es que en estos espacios virtuales la información circula más rápido que cualquier otro medio conocido, llegando masivamente a gran cantidad de usuarios, de manera libre y prácticamente sin límites geográficos.

Uno de los aspectos más relevantes que ha posibilitado el activismo en redes sociales es el surgimiento de la era digital y la expansión de estas tecnologías:

“Los usuarios ya no desempeñan un único papel de receptores –papel que apenas habían abandonado en el proceso de comunicación de los mass-media tradicionales, sino que asumen alternativamente el papel de receptores y el de emisores, alternancia casi innata a la comunicación

¹⁶ Bernard Sorj y Sergio Fausto. *“Activismo político en tiempos de internet”* (São Paulo: Ediciones Plataforma Democrática), 2016, 8.

interpersonal que ahora se traslada a la comunicación global, lo que, aplicado a los medios de comunicación, ha hecho acuñar términos como «prosumidor», usuario que no es solo consumidor sino también creador de contenidos”¹⁷

Este cambio significó que en las redes sociales el usuario tiene voz, al contrario de muchos de los medios de comunicación tradicionales como radio, periódico o televisión, mediante los cuales se transmite información de forma unidireccional. De igual manera, la cantidad de información de todo tipo que circula cada segundo en estos espacios virtuales es inmensa. Lo anterior hace que, para muchas estructuras de poder, resulte difícil tener control sobre el contenido que cualquier persona con acceso a internet puede publicar o compartir. Más aún cuando la gran mayoría de personas y activistas políticos de todo el mundo “tienen acceso a la Internet, a las redes sociales como herramientas de comunicación masiva y a los mensajes convertidos en publicaciones, en el muro o en forma de tuit, lo cual permite que cualquier ciudadano se convierta en un cyber-reportero”.¹⁸ Es por tanto que, en la medida que aumenta el acceso a internet y a redes sociales digitales, es más posible que surjan manifestaciones de activismo.

Por su parte el activismo político no es nada nuevo, pero con el surgimiento y expansión de estos espacios digitales como Facebook y Twitter por el mundo, la capacidad de organización e intercambio de información entre personas ha influido significativamente en la sociedad. Existen ejemplos destacados de activismo político en el mundo, en los cuales las redes sociales digitales han sido una herramienta que ha jugado un papel importante, en algunos casos casi determinante para llevar a cabo la comunicación y organización de las personas en relación con los distintos contextos o coyunturas políticas.

Uno de los casos más conocidos es el que se llevó a cabo en el año 2008 con las campañas para ganar las elecciones primarias y presidenciales de los Estados Unidos. El candidato y posteriormente presidente, Barack Obama, logró una gran movilización electoral que se asoció con el hábil manejo de las redes sociales digitales. A través de formas no

¹⁷ María Carmen García Galera, Mercedes del Hoyo Hurtado y Cristóbal Fernández Muñoz. “*Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa*”. Comunicar XXI, 2014 (43): 36.

¹⁸ Ricardo Pérez, Osvaldo Camacho y Gloria Arroyo. “Las redes sociales y el activismo” Paakat: *Revista de Tecnología y Sociedad*. 4, n. 7, Universidad de Guadalajara, (septiembre 2014-febrero 2015), 3.

convencionales de comunicación política se movilizó eficazmente a grupos sociales usualmente desencantados con la política -como los jóvenes y los que votaban por primera vez-.¹⁹ Esta situación implicó la puesta en escena de nuevas formas de hacer campaña política y activismo:

“Estos nuevos modelos apuntaban en las siguientes direcciones: las páginas web son principalmente centros distribuidores del tráfico, que remiten a sitios de contenido generado por el usuario donde se pueden compartir videos o fotos, redes sociales y a sitios que permiten compartir actualizaciones online, entre otras herramientas; el modus operandi de la campaña es cooperativo en lo que se refiere a convocar y presuponer la participación de los internautas en la producción de los contenidos y en los procedimientos de difusión viral de información y movilización”²⁰

Es precisamente esta participación voluntaria o en forma de activismo que hacen los internautas la clave para la gran difusión y movilización de votantes hacia las urnas electorales. Muchas personas ayudaron a difundir información y convencer indecisos desde páginas web, aplicaciones, mensajería de texto y por su puesto redes sociales digitales como Facebook y Twitter. Por tanto, la participación y activismo político en medios digitales contribuyó en el intento de llevar mensajes e información a millones de personas a través de estas formas poco convencionales de hacer campaña política en ese momento.

La Primavera Árabe es otro de los casos conocidos en los que las redes sociales Facebook y Twitter tuvieron un uso significativo. Consistió en una serie de protestas y movilizaciones que iniciaron a finales del 2010, las cuales provocaron tensión política en los regímenes de Túnez y Egipto. Las causas fueron entre otras, el desempleo, la corrupción y la falta de libertades políticas.²¹ La búsqueda de libre expresión por parte de millones de personas pudo llevarlos a usar redes sociales posiblemente para evitar ser detectados o tal vez por las facilidades que ofrecían estas plataformas, más aún en momentos de gran tensión política y social como la que experimentaron estos países.

¹⁹ Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo. “*Medios sociales y activismo digital en el mundo*” (Santiago, Chile: Fundación Democracia y Desarrollo, 2014), 80.

²⁰ *Ibid*, 81.

²¹ *Ibid*, 94.

Muchos de los desencantos de la población se podían manifestar con facilidad en los muros de Facebook principalmente y en Twitter, haciendo que cada vez más personas se interesaran por los problemas del país. Algunos autores defienden la idea de que mucho del contenido publicado en las redes tenía un peso emotivo importante que influía en las masas de personas: “El foco de la comunicación se trasladó entonces a Facebook, que era mucho más popular que Twitter en Túnez entonces. La comunicación de Facebook fue mucho más visual -mediante fotos y videos- y movilizó las emociones de los ciudadanos.”²² Esto es una característica importante de las redes sociales, pues permiten que cualquier persona se convierta en reportero y pueda cautivar la atención por medio de contenido multimedia generado por las cámaras de sus dispositivos.

Otro de los casos en el que las redes sociales digitales tuvieron un protagonismo importante en relación con el activismo político ocurrió en España en 2011, en lo que se conoce como Movimiento 15-M o de los Indignados. El movimiento estuvo impulsado por descontentos con la política tradicional y como consecuencia se realizaron marchas exigiendo democracia real. En este caso “la coordinación a través de redes sociales fue fundamental para organizar las manifestaciones y las acampadas en las distintas ciudades de España. Twitter también se consolidó como una herramienta para transmitir en tiempo real los acontecimientos en las acampadas”²³ Esta transmisión en vivo de acontecimientos es una de las características más peculiares de las redes sociales, pues es prácticamente como ver televisión en vivo, pero desde la cámara o celular de cualquier usuario de estos sitios.

El uso de Facebook y Twitter significó un papel importante en la coordinación de iniciativas, organización de distintos grupos y transmisión en vivo de acontecimientos. De esta manera el Movimiento de los Indignados marcó un precedente en la organización social y activismo en España con apoyo de herramientas tecnológicas. Este caso llamó mucho la atención de medios internacionales y causó revuelo en España por la gran cantidad de personas que se unían o monitoreaban los acontecimientos por medio de sus redes sociales.

²² *Ibid*, 97.

²³ *Ibid*, 110.

Los casos anteriores son sólo algunos de los ejemplos más importantes de los últimos años que reflejan el papel que vienen jugando las redes sociales en la organización social y el activismo. Estas plataformas ofrecen posibilidades que los usuarios no pueden obtener en medios de comunicación tradicionales y es claro que han sido aprovechadas en distintos contextos de convulsión social. Este rol de las redes sociales pareciera ser cada vez más importante en la organización debido al desarrollo tecnológico y las facilidades de acceso a internet. Costa Rica es un reflejo de estos fenómenos mundiales debido a que el desarrollo tecnológico y acceso a internet han ido abriendo paso a situaciones similares a las ocurridas en los casos antes expuestos.

El Gobierno Digital en Costa Rica y la participación del Estado en Facebook

La era digital como fenómeno global, también ha ido formando parte de las transformaciones en Costa Rica. Desde las primeras computadoras hasta la expansión de la cobertura y acceso a internet, los costarricenses se han acostumbrado y han generado dependencia de las tecnologías. Como parte de estos cambios tecnológicos y el uso frecuente que hacen las personas de los distintos dispositivos y el acceso a internet, el Estado se ha dado la tarea de impulsar un “gobierno digital” el cual contempla el uso:

“(…) de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y en particular internet como instrumento para lograr un mejor gobierno...lo que implica mejores resultados en las políticas públicas, mejor calidad de servicios y una mayor participación (“engagement”) de los ciudadanos”²⁴

De esta manera se crea una cercanía entre los usuarios de las tecnologías y sus relaciones con las distintas instituciones del Estado costarricense. Esta relación debería mejorar la eficacia y eficiencia de los servicios que prestan las instituciones y brindar una experiencia más satisfactoria a los ciudadanos. Fue concretamente en 2002, durante la administración Rodríguez Echeverría cuando se creó la primera plataforma de correos llamada Costarricense.cr. “Este antecedente puede considerarse el primer proyecto ejecutado bajo una noción de gobierno electrónico, con la finalidad de fomentar la conectividad de la población

²⁴ René-Pierre Bondu Mayer. “*Gobierno Digital en Costa Rica*” (San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, 2008), 28.

que, a inicios del siglo XXI, contaban con acceso a Internet.”²⁵ Cabe destacar que se inició mediante un plan piloto y la puesta en marcha del cliente de correo electrónico quedó en manos de Radiográfica Costarricense (RACSA).

El rompimiento del monopolio de las telecomunicaciones del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), significó la entrada de nuevos actores -operadores privados-. Este hecho abrió las posibilidades de que la ciudadanía ampliara el acceso a la red de Internet, por ende, se traduce que el Estado se modernizara en concordancia con las tendencias actuales.

En cuanto a las legislaciones y decretos que se han creado en el país, éstos se analizaron mediante los instrumentos denominados “Ficha-resumen de decretos sobre gobierno digital en Costa Rica”²⁶, y que permitieron conocer algunos de las implementaciones y decisiones tomadas en materia de gobernanza digital. Para la construcción de estos instrumentos, se tomó en cuenta como fuente el Sistema Costarricense de Información Jurídica (SCIJ)²⁷. El instrumento contempla:

- Un resumen de que trata el decreto.
- La fecha de publicación del decreto en la Gaceta.
- La URL para acceder al documento con sus versiones.
- Los firmantes del decreto.

La primera ficha resumen analizada trata sobre el nacimiento del gobierno digital en Costa Rica. Este surge a partir de la promulgación del decreto ejecutivo No. 33147 el cual, establece los lineamientos para la puesta en marcha de un proyecto de “gobernanza digital” y el funcionamiento de este. La fecha de publicación en La Gaceta fue el 8 de mayo de 2006. Este decreto, consiste en la creación de la Comisión Intersectorial de Gobierno Digital, como un órgano de definición política de alto nivel que diseña y planifica las políticas públicas en materia de gobierno digital y de compra de equipo de computación y software que realizan las instituciones públicas. Además, se establecen los integrantes de la comisión y se crea la

²⁵ Roberto Cruz Romero. “Gobernanza digital: Un análisis de propuestas para Costa Rica”, *e-Ciencias de la Información* (UCR) 8, n. 1 (enero-junio 2018): 4, DOI: <https://doi.org/10.15517/eci.v8i1.29808>

²⁶ Ver Ficha resumen de decretos sobre el gobierno digital en Costa Rica.

²⁷ El Sistema Costarricense de Información Jurídica (SCIJ) es un repositorio digital que forma parte de la Procuraduría General de la República (PGR) en donde se publican las principales leyes y decretos promulgados en el país.

Secretaría Técnica de Gobierno Digital como órgano adscrito a la Presidencia de la República e instrumento ejecutor.

La primera institución en albergar la Secretaría Técnica de Gobierno Digital (STGD) fue el ICE mediante decreto ejecutivo 35139-MP publicado en 2009 y analizado en la ficha resumen número dos. Según Cruz, “con el traslado de la STGD al ICE se da una reconversión a los objetivos, en el período 2011-2012, cuando la rectoría de Telecomunicaciones es sacada del MINAE, el Plan Maestro de Gobierno Digital (NIPA, 2010) se convierte en la hoja de ruta para la construcción de una gobernanza en la materia.”²⁸

No obstante, el decreto ejecutivo ha sufrido diversos cambios a partir de la sucesión de diferentes gobiernos y más recientemente en 2018. Hasta en la actualidad, no existe una ley promulgada por la Asamblea Legislativa que normatice el funcionamiento del gobierno digital. A pesar de que Costa Rica ha tenido una mayor incorporación de tecnologías de información y una mayor penetración de banda ancha, el gobierno costarricense no ha tenido metas claras para crear un verdadero gobierno digital para la ciudadanía. Sin embargo, y para efectos de la presente investigación si hay una mejor comunicación e intercambio de acceso a información de las instituciones y ministerios con la ciudadanía a través de plataformas como Facebook.

La última reorganización de las rectorías y competencias para lograr una gobernanza digital se hizo mediante el decreto ejecutivo No. 31866-MICITT del año 2015, analizado en la ficha resumen número tres. La Secretaría Técnica del Gobierno Digital es trasladada a RACSA y la rectoría en telecomunicaciones pasa a ser del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT). Según Cruz, “las pretensiones del decreto son, actualmente, vacías por cuanto el MICITT, ni la DTD tienen los recursos o poder real para implementar las tareas normativas, en pocas palabras, aunque exista un respaldo jurídico válido, su eficacia es nula, y redundante en el vacío administrativo en una materia vital para el desarrollo del Estado”²⁹

Cómo se ha mencionado anteriormente, el Estado ha sido incapaz de elaborar una estrategia integral de digitalización de servicios que sea provechosa para la ciudadanía. Las iniciativas para la creación de una ley de gobierno digital están estancadas en la Asamblea

²⁸ Cruz Romero, 9.

²⁹ *Ibid*, 10.

Legislativa³⁰ y los decretos sufren modificaciones, sin un efecto real para desamarrar las trabas burocráticas y administrativas existentes. Con la apertura de las telecomunicaciones y la incorporación de Costa Rica a la era digital, han sido los únicos eventos en el cual, la ciudadanía ha tenido acceso a la información a través de Facebook.

Aunque no existe una legislación o decreto que normatice el uso de Facebook para las instituciones del Estado y ministerios, estas han sabido aprovechar la red social para comunicar sus quehaceres hacia la ciudadanía costarricense. Lo más cercano, es el Índice de Transparencia del Sector Público (ITSP) de la Defensoría de los Habitantes de la República, el cuál:

“(…) es un instrumento creado con el objetivo de medir la transparencia de las instituciones del sector público nacional, el mismo es elaborado por el Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública (Cicap) en conjunto con el Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública (Cicap) de la UCR”³¹

El índice usa como variable principal de análisis, la medición del acceso a la información institucional para la ciudadanía por medio de sitios web. Aun así, el mismo no toma en cuenta el uso de Facebook como herramienta de comunicación y enlace entre las webs institucionales y la red social; solo toma de base las páginas web y los criterios que utiliza para evaluar la transparencia de las instituciones. La última publicación del índice se realizó en diciembre de 2017 por lo que son los datos más actualizados de medición de acceso a la información pública estatal hasta la fecha.

Si bien la implementación de un verdadero gobierno digital no se ha logrado llevar a cabo de manera integral y funcional, para efectos de este trabajo nos interesaremos un poco más por la presencia de las instituciones y organismos del Estado en la plataforma Facebook y su interacción con los usuarios, como una forma de gobernanza digital que sí ha evolucionado en esta plataforma durante la última década. Para comprender esta dinámica se procedió a realizar una ficha o cuadro de análisis de páginas oficiales en Facebook de las

³⁰ La ley se denomina “Ley de Creación de la Agencia Nacional de Gobierno Digital” el cuál se encuentra actualmente en discusión en la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

³¹ Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento (PROSIC) “Informe 2018”, en: *“Acceso y uso de las TIC en el Estado”*, (ed.) Alejandro Amador Zamora y Osvaldo Montero Salas (San José, Costa Rica: Prosic, Universidad de Costa Rica, 2018), 121.

principales instituciones y ministerios del Estado costarricense.³² El propósito fue identificar la accesibilidad que tienen los usuarios a servicios, información y contacto a través de su plataforma en la red social. También se registraron datos sobre fechas de creación de las páginas, cantidad de seguidores que están suscritos al contenido que generan dichas instituciones y si registraba actividad reciente al momento de la aplicación de los instrumentos.

Como parte de esta investigación se procedió analizar un total de 37 instituciones y ministerios del Estado, dando como resultado que todas contaban con una página oficial de comunicación en la plataforma Facebook. La gran mayoría de las páginas fueron creadas entre el año 2010 y 2011, salvo algunas excepciones en las que se crearon en años posteriores. Estas fechas de creación concuerdan con la expansión de la red social y reflejan el interés de las instituciones por brindar sus servicios a la población mediante esta plataforma. Se registró la cantidad de seguidores y se pudo comprobar el gran alcance que tienen algunos de estos sitios.

Por ejemplo, el Ministerio de Educación Pública (MEP) registraba al momento de la consulta 366.696 seguidores suscritos a la información que prácticamente publica a diario y con la posibilidad de acceder a servicios de consulta. La Caja Costarricense de Seguro Social indicaba 467.313 seguidores suscritos a noticias, avisos, alertas y todo tipo de información que publican con alta frecuencia. Un último caso, por mencionar algunos, sería el del Tribunal Supremo de Elecciones con una cantidad de 143.977 seguidores. Si bien no todas las páginas tienen tantos suscritos, la mayoría posee varios miles y al revisar los muros se observa una interacción diaria con los usuarios. En las distintas publicaciones se puede observar cómo las personas comentan, preguntan y comparten todo tipo de información relacionada con los servicios o publicaciones de cada institución.

Por otra parte, es necesario mencionar que, durante el periodo de revisión de esta investigación, en 36 de las 37 instituciones analizadas se evidencia actividad mediante publicaciones e interacción directa con los usuarios. En el caso de las páginas con mayor cantidad de seguidores incluso en el perfil indicaba casi todo el tiempo un círculo verde el cual significa que un administrador u operador de redes sociales está conectado atendiendo

³² Ver Ficha de análisis de páginas oficiales en Facebook de las principales instituciones del Estado.

consultas o publicando boletines. De esta manera, estos sitios brindan en su plataforma de Facebook datos de contacto tales como enlaces a sus páginas web, números telefónicos de las oficinas, correos electrónicos e incluso sus sitios en otras redes sociales menos usadas como Twitter.

A manera de cierre se puede indicar, que el mundo ha experimentado cambios tecnológicos que han provocado lo que se conoce como una era digital, caracterizada por la conectividad entre personas y el intercambio de información de manera masiva a través de internet y sus distintas plataformas, entre ellas, las redes sociales. Dentro de este panorama estas plataformas se han convertido en una forma de socialización, pero también de intercambio de todo tipo de información y en una herramienta sumamente útil para el activismo y la logística de muchos movimientos sociales. Lo anterior da como resultado algunos ejemplos de casos en los que las mismas han jugado un papel muy importante en el desarrollo de movimientos sociales, políticos e incluso coyunturas electorales.

Costa Rica ha sido un reflejo de lo que sucede a nivel mundial, y como consecuencia del desarrollo tecnológico y el aumento en el acceso a internet, el Estado se ha visto en la tarea de impulsar un gobierno digital para mejorar la prestación de sus servicios en ambientes digitales. A pesar de los esfuerzos y la creación de algunos decretos, no se ha logrado implementar un gobierno digital integral y funcional, aunque sí se han dado avances y aún hay proyectos e iniciativas relacionadas con la materia.

En donde se observa un avance significativo es en la presencia que tienen las instituciones gubernamentales a través de sus páginas en la red social Facebook. Éstas en su mayoría poseen interacción con la ciudadanía y seguidores suscritos a las publicaciones que con frecuencia se comparten. En algunos casos poseen cientos de miles de seguidores abarcando una parte importante de la población. Además, son una extensión del gobierno digital que tiene gran cercanía con la ciudadanía y facilita la prestación de diferentes servicios e información. Todo esto demuestra el potencial del uso de las redes sociales en la sociedad, especialmente de la red social Facebook como herramienta comunicativa y política, como se aborda en el siguiente capítulo que se enfocará en el caso costarricense.

Capítulo II

El uso de la red social Facebook como herramienta política en Costa Rica

En años más recientes, Facebook ha sido uno de los espacios virtuales que más ha generado impacto en la vida política y social costarricense. El presente apartado abordará la incidencia que ha tenido esta red social en el accionar político y como estrategia para la divulgación en esta plataforma. A través del “Muro de Facebook”, se permite una amplia gama de posibilidades en cuanto a la difusión de información. Mediante las elecciones nacionales del 2014 en Costa Rica, se profundizará en un antecedente inmediato sobre la utilización de la red social Facebook en el ámbito político.

Por tanto, resulta necesario comprender que el contexto de la red social Facebook, sus funciones y facilidades con los usuarios. Además, de su potencial como herramienta política y estratégica especialmente en coyunturas electorales. Ejemplo de esto fue el caso generado en Costa Rica en la campaña 2013- 2014. Este capítulo se construyó a partir de la revisión en la red social Facebook de páginas enfocadas a la comunicación o propaganda política, político por parte de candidatos a la Presidencia en la campaña electoral 2014, se tomaron en consideración cuatro candidatos que estuvieron presentes en las encuestas y que tuvieron un papel protagónico en diferentes momentos de la campaña electoral. Los cuales fueron Johnny Araya Monge, Otto Guevara Guth, José María Villalta Flórez Estrada y Luis Guillermo Solís Rivera. Para esto se utilizó un instrumento en la sistematización con datos e información relevante sobre diferentes publicaciones realizadas.³³

Mientras que el segundo instrumento empleado, fue el cuadro resumen de noticias para el período electoral 2013 - 2014, que busca hacer hincapié en los medios de comunicación y su relación informativa a través de diferentes espacios virtuales en internet. En este caso incluida las redes sociales como Facebook. Este instrumento aportó insumos sobre el contenido de algunas noticias contempladas para el período 2013 – 2014 y su relación con la dinámica electoral presente en la red social Facebook.³⁴ En ese sentido la información

³³ Ver Ficha resumen de candidatos 2014.

³⁴ Ver Ficha resumen de noticias en medios de comunicación en la plataforma Facebook durante la campaña electoral 2014.

obtenida a partir de los instrumentos aplicados fue mediante las fichas resumen, enfocadas a la obtención de información de candidatos a la presidencia de Costa Rica, así como noticias de carácter político ubicadas en el periodo 2013 – 2014.

La red social Facebook en Costa Rica

En el contexto de la era de la información, la expansión que ha tenido internet alrededor del mundo ha abarcado significativamente a la gran mayoría de países y se ha convertido en una herramienta fundamental para población en los diferentes ámbitos de la cotidianidad. En el caso de Costa Rica, no ha sido una excepción, debido al impacto de las tecnologías en el país, la comunicación a través de internet ha reconvertido los medios para dar difusión de la información, aportando nuevos espacios digitales para la ciudadanía. Tal y como señala María Fernanda Herrera et al:

“El internet se ha expandido por todo el mundo por medio del incremento de su propia información y capacidades, y se ha convertido en una herramienta indispensable para toda la población (...). Esta herramienta se volvió una potente rama de comunicación y hoy en día esta transformación se puede constatar gracias a las redes sociales existentes en línea.”³⁵

Las redes sociales en internet son en ese sentido el producto de las transformaciones que ha sufrido la red. Éstas han permitido generar nuevos espacios para la difusión de información y han reconvertido la socialización virtual. Diferentes escenarios han servido para la concepción de redes sociales en internet, desde el correo electrónico como puente de comunicación entre diferentes personas, hasta plataformas tales como Hi-5, MySpace, Blogs o incluso los foros de internet en esencia.

Harold Hütt menciona que estos espacios son lugares en internet en los cuales las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos.³⁶ Sin embargo, otras propuestas las consideran como una red de nodos en donde las personas comparten aspectos en común. Por otra parte, Hütt alude que las redes sociales poseen diferentes funciones según su uso, pueden ser de

³⁵ María Fernanda, Herrera Harfuch et al. “La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de habilidades Sociales”, *Psicología Iberoamericana* (México). 18, n.1 (Enero – Junio, 2010), 6-18: 8. URL: <https://www.redalyc.org/html/1339/133915936002/>

³⁶ Harold Hütt Herrera. “Las redes sociales: una nueva...”, 123.

carácter profesional como es el caso de la red social LinkedIn, generalistas como es el caso de Facebook en donde la diversificación de funciones es muy amplia y las especializadas vinculadas con servicios específicos.³⁷

Para el caso de Costa Rica, Facebook se encuentra entre las plataformas más utilizadas. Estos espacios de socialización virtual poseen un gran alcance desde una perspectiva globalizada. La facilidad con que las personas pueden acceder, a través del uso de internet a fuentes de información, espacios de ocio e interacción con otras personas resulta significativo. En ese contexto nuestro país, no se encuentra exento. De acuerdo con la consultora Jennifer Reyes a través de diferentes sitios de internet, como Internet Live Stats, mencionó que para el 2016 se había logrado un 56,4% de penetración en el uso de internet en Costa Rica, mientras que Internet World Stats señaló que para diciembre del 2017 según datos de la SUTEL había un promedio de 4.2 millones de usuarios de internet para un 86.7% de penetración en su uso.³⁸ Adicionalmente, señala que un aproximado de 3.2 millones de usuarios en Facebook, por lo que dicha información señalan -a pesar de las diferencias en cuanto a datos- que para el contexto costarricense existe un alcance que supera el 50%.

Esta información mencionada nos ofrece un panorama sobre lo que representa para la población costarricense el uso la red social Facebook. Aunado a esto, una nota emitida por EL PAÍS a partir del estudio del Instituto para la Integración de América Latina (INTAL), en el 2016 menciona que Costa Rica es el segundo país donde más se usan las redes sociales con una penetración del 78%, según el número de usuarios por la población total.³⁹.

Lo anterior, permite hacer una puesta en perspectiva sobre la importancia que ha representado en los últimos años, la utilización de las redes sociales como es el caso de Facebook y lo significativo que representa para la población su utilización. Sin embargo, es importante destacar algunos elementos que hacen atractivo su uso. Según mencionan Adriana González y Hellen Quirós:

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Jennifer Reyes. "Usuarios y Uso de Redes Sociales en Costa Rica", *Ilifebelt.com* URL: <https://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-en-costa-rica/2016/10/>

³⁹ David Marcial Pérez. "Paraguay, Costa Rica, Uruguay y México: los países de Latinoamérica donde más se usan las redes sociales", *El País* URL: https://elpais.com/internacional/2016/12/30/actualidad/1483055106_448456.html

“(…) es una plataforma de aplicaciones en las que las interacciones entre los individuos, a través de dichas aplicaciones, crean el contenido (colectivo), que se basa en interacciones sociales entre individuos y grupos. Además, es una herramienta que provee información sobre lo que los “amigos/as” o amigos/as de los/as amigos/as, están haciendo.”⁴⁰

En ese sentido muchas de las funciones que posee esta red social, buscan fundamentalmente la interconexión de personas en un estado constante o incluso permanente de contacto. La idea esencial de posibilitar ese acceso con otras personas en función de la inmensa diversidad de intereses que se puedan llegar a tener puede resultar atractivo. Sin embargo, el mostrarse a los demás a través de la cara pública de nuestro perfil de Facebook, se vuelve una conducta constante en muchos usuarios de estos espacios. Ese fundamento de socialización en una red social en donde no se posee privacidad ni intimidad, parece no ser problema para muchos.

Lo anterior expuesto demuestra la relevancia de comprender el potencial y efecto de la red social Facebook y su función en la difusión de contenido de los usuarios y los medios de información que “consumen”. Es ahí, donde dicha divulgación se vuelve estrategia para muchas organizaciones políticas y mediáticas que buscan captar constantemente la atención de los usuarios y la información a la que acceden.

El muro de Facebook su potencial de divulgación y funcionamiento: el caso del proceso electoral 2014 en Costa Rica

La utilización de la red social Facebook, representa una serie de recursos que permiten al usuario acceder y difundir información de manera inmediata. El “Muro de Facebook”, por su parte representa el puente de comunicación directa entre los usuarios en la red social. Esta permite la difusión de mensajes, comunicados, plasmar diferentes archivos multimedia tales como enlaces, videos, música y fotos. En ese sentido, el muro es un medio de interacción

⁴⁰ Adriana González Prieto y Hellen Quirós Araya. *Identidad social y uso de Facebook: Su asociación con la autoestima y el disfrute del uso de esa red social en estudiantes universitarios*. Tesis de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica, 2014, 33.

inmediato entre los diferentes usuarios interconectados masivamente, a través de la comunicación “entre muros”. David Caldevilla mencionó que:

“La instantaneidad es el gran avance al que todos nos hemos habituado sin dificultad. Lo asumimos como lógico, como natural, mientras que hace dos mil años, cualquiera de estas transmisiones de información hubiera supuesto meses a caballo o desplazamientos eternos en barcos o ferrocarriles. La incesante evolución y el progreso hacen que todo el mundo quiera participar y aprovecharse de la tecnología de forma inmediata. Esa accesibilidad al medio permite a cientos, miles de personas interactuar en páginas web, blogs, foros, chat, redes sociales, conferencias a distancia, etc. El grupo de usuarios alimenta el medio y el mensaje y lo hace crecer. Convenimos en que supone una buena definición de ‘interactividad’ la que aporta el profesor israelí Sheizaf Rafaeli quien la define como "una expresión extensiva que en una serie de intercambios comunicacionales implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos"⁴¹.

Esta posibilidad comunicativa entre usuarios ha proyectado el uso de Facebook como un medio para la saturación informativa mediante diferentes medios. La publicidad, la difusión dinámica de noticias y comunicados a través de “*fanpages*” o agrupaciones, hacen que el muro se convierta en un canal de convergencia para el consumo masivo de información. Este proceso no solo se genera por los sitios de afinidad para los usuarios, sino, por los contenidos a los que se encuentra ligado el muro de una persona, a través de sus amigos y sus muros en Facebook.

Por tanto, el muro de Facebook representa, una posibilidad de alcance informativo para todo el que desee aprovecharse del espacio. Los medios de comunicación y partidos políticos forman parte de quienes buscan la interacción y masificación de la información. El muro permite el consumo voluntario o involuntario por parte de las personas en sus redes, es decir si un usuario no consume un medio de comunicación o partido político, cabe preguntarse qué relación existe entre el consumo de información a través de las redes de contactos y el muro

⁴¹ David Caldevilla Domínguez. “Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”, *Documentación de las Ciencias de la Información* (España) 33 (2010): 54.

de Facebook. Tal y como se mencionó en la cita anterior, los usuarios alimentan el medio y el mensaje y lo hacen crecer.

El uso intensivo de redes sociales en internet, así como las estrategias para la difusión de información facilitan un nuevo puente de comunicación con la ciudadanía. Esto ha permitido que muchas personas puedan establecer relaciones de mayor cercanía con figuras de toda índole mediante sus redes sociales, construyendo nuevos vínculos de sus redes sociales en función de sus intereses y visiones de mundo. Cruz Romero menciona que:

“Este acercamiento se da por el rompimiento de esquemas tradicionales en el acceso a la información. La creciente cantidad de datos provenientes de todo rincón de la sociedad hacen posible que cada persona pueda verse directamente involucrada con fenómenos antes obviados o ignorados.”⁴²

De tal manera, que estos esquemas de socialización virtuales potencializan los intereses de las personas en nuevas fuentes de información. Es, por tanto, que los medios de comunicación y las agrupaciones políticas, toman partida de estas posibilidades, para ejercer una divulgación política, que en contextos electorales buscan dinamizar la contienda electoral. Esto posibilita que el ciudadano se sienta respaldado en el acceso de información que posee y las fuentes de información legítimas a través de sus intereses, tal y como se contempló en el contexto electoral 2013- 2014.

En Costa Rica, en los dos últimos eventos electorales, se ha vivido un proceso de transformación en cuanto en la forma de hacer campaña. Como fue explicado en el primer capítulo, la era digital ha generado cambios en la comunicación de las personas y en consecuencia en el ámbito cultural y político. Además, la información digital ha logrado que las personas reciban noticias, anuncios publicitarios o grabaciones en vivo en cuestión de segundos. Por lo anterior no es de extrañar que las últimas dos campañas electorales hayan estado marcadas por la consolidación digital de la información.

⁴² Roberto Cruz Romero, “Política Digital: El uso de Facebook en política electoral en Costa Rica”, Derecho Electoral: Revista Virtual del Tribunal Supremo de Elecciones, (setiembre 2017), 133-151: 84. URL: http://www.tse.go.cr/revista/art/23/cruz_romero2.pdf?fbclid=IwAR0VWM_DitRwrLc2Z7iSiQGnyqMm3GRQ_OJhcxzCEtLQWC02bUogUmrPDGU

El proceso electoral del 2014 está marcado por ser el primero en tener una mayor presencia de las redes sociales digitales, en especial Facebook. Si bien, no existía una gran amplitud de usuarios suscritos a esa red como sí lo tuvo en el 2018. Los candidatos presidenciales tuvieron presencia en esta red, conformando una página para su candidatura y las noticias sobre la campaña electoral empezaron a tomar fuerza durante este proceso.

En la tesis de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Laura Morales Zúñiga⁴³, resalta la importancia de las redes sociales digitales como Facebook y Twitter para el triunfo del Partido Acción Ciudadana (PAC). Incluso su tesis se basa en que estos dos medios fueron una estrategia de comunicación para dicho partido. La misma autora resalta que esto, ya se venía haciendo con otros partidos en otros países. La proliferación de campañas electorales en las redes sociales digitales ha sido una forma de darse a conocer de los candidatos. Incluso, podría volverse menos costoso que una campaña en la televisión.

“Facebook no tiene límites (siempre que sea “legal”) en cuanto a información que se puede poner ni tampoco a la que puedes recibir, de forma que para realizar en ella cualquier tipo de publicidad, solo se necesita ponerse a manos a la obra y empezar.”⁴⁴

La anterior cita presenta estrategias para cualquier persona que aspira a algún puesto político. Incluso, toma ejemplos como el de Obama, ya mencionado en esta investigación, en el que se ha demostrado que una de las estrategias para llegar a la presidencia fue la propaganda que se trabajó en las redes sociales digitales. En el caso de la tesis de Morales Zúñiga, insiste que la campaña electoral del 2014 fue diferente porque ya existía cierto empoderamiento de las redes sociales digitales por parte de las y los costarricenses y esto se demostró con los resultados electorales.

“La campaña electoral 2013-2014 fue en varios sentidos atípica, pues los partidos considerados anteriormente como pequeños ganaron muchos seguidores, esto por el descontento con los partidos

⁴³ Laura Morales Zúñiga, "Estrategias de comunicación política en redes sociales: el caso del Partido Acción Ciudadana en Facebook y Twitter en las elecciones costarricenses 2013-2014" (tesis de licenciatura, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, 2015).

⁴⁴ Vicenta Pérez Barber. "El político en la red social", ECU, 2009. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3195480> 25.

de gobierno tradicionales, por lo que el Partido Acción Ciudadana también apostó al cambio, principalmente con un nuevo candidato, Luis Guillermo Solís Rivera.”⁴⁵

La autora resalta que es particular la forma en que ganó Solís Rivera, puesto que, en un principio de las elecciones no era uno de los favoritos para ganar las elecciones del 2014. Ni siquiera prevalecía entre los primeros lugares de las encuestas. Al momento no pertenecía, pero formó parte del PLN. Todo esto lo hace más particular para que pudiera ganar las elecciones.

Mediante la implementación de los instrumentos y la sistematización de la información, fue posible observar cómo fue el comportamiento de la campaña electoral del 2014 en la red social Facebook. Y se obtuvieron datos importantes en cuanto a cómo fue la tónica. Se observaron algunas publicaciones que hicieron los principales candidatos a la presidencia del 2014, en este caso se tomó en cuenta la página Johnny Araya, José María Villalta, Luis Guillermo Solís y Otto Guevara.

Se consideraron a los anteriores, porque estos lideraron en las encuestas nacionales durante la campaña electoral del 2014. Según una encuesta presentada el 23 de setiembre del 2013 por La Nación⁴⁶ y realizada por UNIMER daba el gane a Johnny Araya del Partido Liberación Nacional (PLN) con un 27,5%, le seguía Rodolfo Hernández⁴⁷ del Partido Unidad Socialcristiana (PUSC) con el 10,6%, Otto Guevara del Movimiento Libertario (ML) con el 9,7%, José María Villalta del Frente Amplio (FA) con el 7,8% y a Luis Guillermo Solís del Partido Acción Ciudadana (PAC) con el 4,4%. Otra similar realizada por el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) de la Escuela de Ciencias Políticas de la Universidad de Costa Rica⁴⁸ sobre la intención del voto para enero 2014 el 27,5% no sabía por quién votar, el 20,4% le daba la adhesión a Johnny Araya, el 15,3% a José María Villalta, el 11,2% a Otto Guevara y el 9,5% a Luis Guillermo Solís.

⁴⁵ Morales, 18.

⁴⁶ Álvaro Murillo, “Nueva encuesta de Unimer: Johnny Araya sostiene su ventaja electoral sin un rival claro”, *La Nación*, 23 de setiembre 2013, URL: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/nueva-encuesta-de-unimer-johnny-araya-sostiene-su-ventaja-electoral-sin-un-rival-claro/K4F34PQ2YNC2TB4BUMKWU2RM5M/story/>

⁴⁷ Este candidato no se toma en cuenta, porque renuncia en plena campaña electoral.

⁴⁸ Centro de Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica, URL: <https://ciep.ucr.ac.cr/images/INFORMESUOP/Informe-encuesta-CIEP-enero-2014-1.pdf>

Ambas encuestas demuestran que no existía candidato triunfador para una primera ronda y ninguna mostró el verdadero escenario que se suscitó después. Esto responde a un proceso electoral atípico en comparación a las elecciones anteriores. Si la propuesta de Morales Zúñiga es cierta para demostrar el por qué el último de los cuatro candidatos llega a ser presidente por la estrategia que tuvo en Facebook y en Twitter.

El siguiente cuadro⁴⁹ presenta una comparación sobre una publicación de cada candidato durante una fecha en particular en el mes de enero y la reacción de los usuarios de Facebook con dicha divulgación. Este aspecto es importante considerarlo para comprender la dinámica en Facebook de los candidatos en las elecciones del 2014 y así encontrar algunas respuestas que puedan comprender la posible influencia de esta red en la decisión de los votantes. Se selecciona el mes enero, porque es un período muy cercano a la fecha de las elecciones. Esto permite estudiar cuáles candidatos han logrado mayor alcance en Facebook a pocos días del fin de la campaña electoral.

⁴⁹ Ver Ficha resumen de candidatos en la campaña electoral 2014.

Cuadro N.1 Comparación de las publicaciones realizadas por cuatro candidatos presidenciales a través de Facebook. Costa Rica, enero 2014

Candidato	Breve descripción de la publicación	Reacción y comentarios de los usuarios de Facebook	Fecha de la publicación
Johnny Araya (PLN)	<i>El candidato promete que, si ganaba las elecciones, abarcaría 44.808 personas el bono alimentario. Esto sería para personas que viva en pobreza extrema. Según su aproximación al 2017 llegaría a 339.772 personas.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 633 me gusta • 137 comentarios • 41 veces compartido 	17 enero 2014
José María Villalta (FA)	<i>En la publicación el candidato notifica a los usuarios de redes sociales sobre su visita en el cantón de Coto Brus en horas de la mañana.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 4.585 me gusta • 230 comentarios • 218 veces compartido 	22 enero 2014
Luis Guillermo Solís (PAC)	<i>Tomando una publicación del CIEP, Luis Guillermo afirma que está empatado con Guevara (empate técnico) y que ahora va contra Villalta, cuya tendencia es a la baja.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 8.729 me gusta • 521 comentarios • 2.100 veces compartidas 	22 enero 2014
Otto Guevara (ML)	<i>Otto Guevara promete que, a diferencia de sus contrincantes Villalta y Solís, su futuro gobierno actuará con responsabilidad fiscal para poner orden a las finanzas públicas.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 875 me gusta • 210 comentarios • 283 veces compartido 	25 enero 2014

Fuente: Elaboración propia de los sustentantes a partir de la página de Facebook de los candidatos a enero del 2014.

En esta comparación se demuestra que Luis Guillermo Solís del PAC lideraba en reacciones (“me gusta”)⁵⁰, en comentarios que se hacían en su página en Facebook y en las veces que se compartía la publicación. Lo anterior no supone que haya tenido el mismo comportamiento durante todo el proceso y que éste fuese detonante para el triunfo de Solís. Sin embargo, manifiesta de forma significativa cómo la red social Facebook permite conocer

⁵⁰ Para el 2014 aún no existían las reacciones como “me encanta”, “me divierte”, “me asombra”, “me entristece” y “me enfada”. Solamente se podía emplear la opción “me gusta”.

el comportamiento electoral de quienes utilizan este medio, tomando en consideración que quienes lo emplean no necesariamente son potenciales votantes.

Llama la atención que después de Solís, solamente la publicación de Villalta tiende a alcanzar más de cuatro mil “me gusta” y los demás no superan los mil “me gusta”. Con respecto a los comentarios suele ser muy similar con las reacciones. Solís lidera en comentarios, pero no tiende a hacer por una cantidad exorbitante como sí sucede con las reacciones “me gusta”. Lo que sí vuelve a superar en números elevados es en las veces que se compartió la publicación. Cuando una publicación de algún candidato es compartida por otros usuarios de Facebook, decenas de personas puede verlo sin necesidad de ser parte de la página del candidato, lo que garantiza una mayor promoción del candidato.

Roberto Cruz⁵¹, considera que la campaña presidencial del 2013-2014, se desarrolló desde un contexto innovador por el uso de las redes sociales digitales. El autor menciona que tanto Villalta y Solís, captaron una actividad beneficiosa y exitosa en Facebook. Según el autor, aunque otros candidatos como Guevara fueron muy activos en el uso de Facebook no obtuvieron los resultados que los otros dos candidatos mencionados anteriormente. Cruz cree que pudo haber sido, porque tal vez emplearon poco profesionalismo en la estrategia comunicativa. Considera que hubo una desconexión entre el conocimiento de la audiencia y el objetivo deseado.

Asimismo, Morales⁵² señala que el PAC materializó su campaña por medio de las redes sociales. Incluso, muchos de sus comerciales se estrenaban primero en redes y luego se pasaban por televisión. Además, pautaron publicidad en redes sociales lo que pudo generar mayor alcance en sus publicaciones. Esto lo hacía con contenidos que pudieran despertar interés por el candidato y sus propuestas del partido con el fin de incidir en la opinión pública. Lo anterior pudo ser significativo para el PAC y su aumento electoral en poco tiempo.

⁵¹ Cruz, 144.

⁵² Morales, 55.

Según, el Vigésimo Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible⁵³, en su informe final retoma el proceso que se vivió en las elecciones presidenciales del 2014, justifica que,

“El PAC ganó por un ajustado margen con un candidato que a escasos cinco meses de la elección era de los menos conocidos entre la opinión pública y a quien las encuestas a escasos días de la elección, daba pocas posibilidades de forzar a una segunda ronda. No obstante, este partido experimentó un ascenso significativo en el respaldo electoral, debido a que aglutinó el apoyo de un sector importante de la oposición y de los indecisos. Ese apoyo fue justo lo necesario para desplazar al PLN y obtener la primera posición en la elección de febrero de 2014, y con ello el derecho a disputar la segunda ronda de abril.”⁵⁴

El informe menciona más adelante que el PAC se definió por hacer “rutas de la alegría”, donde el candidato recorría diferentes comunidades, haciendo visitas en casa en casa o saludando la gente con música de cimarrona.⁵⁵ Lo que llama como algo diferente para otras campañas en los últimos años. Dicha documentación no profundiza en cuanto al tema de las redes sociales digitales, ni fue mencionado como una nueva estrategia de los candidatos para llegar a más gente.

Ahora bien, parece curioso que en un informe de tal envergadura diga que un candidato haya ganado por los dos aspectos mencionados anteriormente. No parece ser propaganda política nueva y muy innovadora para haber ganado, tomando en cuenta que el PAC estaba en los últimos lugares de las encuestas. Lo anterior contradice con la propuesta de Morales y deja claro que no existe un análisis claro de esas elecciones, empezando por ser la primera vez que no triunfa el bipartidismo.

Como se ha podido constar en este capítulo, las tecnologías de información y comunicación han ocupado un lugar destacado en la vida de los costarricenses en los últimos años, donde sobre sale el caso de Facebook. De manera que, la sociedad cada vez está siendo vinculada con el estado permanente de frecuencia a la hora de usar internet y redes sociales.

⁵³ Ronald Alfaro Redondo y Steffan Gómez Campos, Vigésimo Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible -Informe Final- (San José, Costa Rica: Programa Estado de la Nación, 2014), 24

⁵⁴ Alfaro y Gómez, 10.

⁵⁵ *Ibid*, 11.

De tal manera, que los hábitos de socialización de las personas se han reconstruido, según las necesidades mediatas que las redes sociales propician en la población en general. Esto conjuntamente reconstruye el imaginario del costarricense promedio, que sigue reproduciendo una pasividad en su desenvolvimiento político que se ve reflejado en el consumo excesivo de información, más no en un pensamiento crítico.

Como se venía explicando, Facebook se ha convertido en una herramienta importante para la propaganda política y que los políticos lo han aprovechado para interactuar con la ciudadanía. Todo esto nos va a dar un panorama del papel que juega esta red social en la vida y en la política de un país. Además, ayudar a comprender lo que se va a desarrollar en los siguientes capítulos.

Capítulo III

Contexto electoral 2018 y el papel de los medios de comunicación en Facebook

En este capítulo, se expone, en primer lugar, una contextualización del proceso electoral que surgió en el año 2018. Se abordan algunas de las características principales de los comicios, las particularidades políticas establecidas y el evento principal que cambió el rumbo de los partidos políticos, marcando el escenario para la segunda ronda electoral. Seguidamente, se analiza la dinámica de manejo y difusión de información en Facebook, mediante el análisis noticioso de tres medios de comunicación escogidos para esta investigación.

Por último, se estudian las reacciones generadas por los usuarios en Facebook mediante el procesamiento de información relevante sobre los comentarios que generaron los usuarios ante el hecho noticioso producido por tres medios de comunicación. Todo este capítulo, dará hincapié a la apertura general para la comprensión del surgimiento del grupo Coalición y el activismo político que surgió durante el proceso electoral.

Contexto electoral 2018

La primera vuelta de las elecciones en Costa Rica se celebró el 4 de febrero de 2018. Esta se caracterizó por ser el tercer comicio en el que se daba una segunda ronda para la elección del presidente de la República y los vicepresidentes. Para esta oportunidad, “ningún partido obtuvo el mínimo de 40% de los votos válidos. Los resultados difícilmente podrían haber dejado sorpresas mayores. La segunda vuelta (balotaje) estaba cantada desde hacía varios meses, pero, según las encuestas, con otros candidatos”.⁵⁶

Aparte del escenario para la segunda ronda que se estaba gestando y las particularidades políticas establecidas -por ejemplo, una mayor ruptura del bipartidismo por la participación de muchos partidos políticos durante la primera vuelta-; estas se desarrollaron

⁵⁶ Saúl Weislader, “Costa Rica: grandes sorpresas electorales, mayor polarización, ¿menor gobernabilidad?”, *Real Instituto Elcano* (Madrid) 51, 1-10: 2.

en un momento en el cual las tecnologías digitales y las redes sociales tomaron un protagonismo fundamental. Esta condición ya ha sido abordada en el capítulo anterior.

Los resultados de las elecciones se fueron dando inmediatamente después de haberse cerrado las urnas electorales, mientras las juntas hacían su escrutinio. Esa primera vuelta, mostraba que:

“Los dos partidos que gobernaron entre 1953 y 2014 quedaron en tercer y cuarto lugar respectivamente. El primero fue Liberación Nacional (PLN), que mantuvo su mismo nombre y bandera durante nueve períodos (37 años, discontinuos), y el segundo el Social Cristiano (PUSC) que, con varios nombres, composiciones y banderas, pero manteniendo su núcleo básico, gobernó en seis períodos (24 años, también discontinuos). El candidato Juan Diego Castro, un abogado penalista con escasa participación política previa y de encendida y colorida retórica, a quien las encuestas mostraban como uno de los probables ganadores, obtuvo una votación muy por debajo de la esperada. Se presentó bajo el sello del Partido Integración Nacional (PIN).”⁵⁷

Se destaca en esta primera ronda, una amplia participación de partidos políticos, muchos con representación de al menos una curul en la pasada legislatura. También la participación de candidatos con experiencia, por ejemplo, el caso de Otto Guevara y de diputados que también participaron en un contexto de elección presidencial. La diversidad ideológica en torno a las participaciones de las agrupaciones fue heterogénea en esta campaña.

La composición del primer poder de la República también sufrió transformaciones. Según Weislader, la estructura quedó distribuida de la siguiente manera:

“El PLN, 17 diputados (uno menos que actualmente); PRN, 14 diputados (gana 13); PAC, 10 diputados (pierde dos); PUSC, 9 diputados (gana uno); PIN, cuatro diputados (vuelve a tener representación tras ocho años); PRSC, dos diputados (primera vez en la Asamblea Legislativa); y PFA (Partido Frente Amplio), un diputado (pierde ocho).”⁵⁸

Cabe destacar que varios partidos perdieron sus curules respectivas, tal es el caso del Movimiento Libertario (ML), Renovación Costarricense (RC) y Alianza Demócrata Cristiana (ADC). En este sentido, los partidos llamados tradicionales como el PLN y el PUSC fueron

⁵⁷ *Ibid.*, 2.

⁵⁸ *Ibid.*, 4.

perdiendo fuerza en las encuestas y el que alcanzó un crecimiento acelerado fue el Partido Restauración Nacional (PRN). Durante la segunda ronda, la campaña fue iniciada por los dos partidos que captaron la mayoría de los votos, es decir, el PAC y el PRN.

¿Pero a qué se debe la situación anterior?, ¿por qué llegaron a la segunda ronda dos partidos no tradicionales? Primeramente, se debe recordar que en el 2014 el PAC ganó las elecciones presidenciales, rompiendo así el bipartidismo que había imperado por décadas y que en el capítulo segundo se ha explicado algunos posibles motivos de ese triunfo. Dos años después, más específicamente el 18 de mayo de 2016⁵⁹, la nueva administración de Luis Guillermo Solís Rivera pidió ante la CIDH la solicitud de una opinión consultiva en favor de los derechos sexuales como el cambio del nombre por cambio de género y el matrimonio igualitario.

Durante un período de año y medio aproximadamente la CIDH (Corte Interamericana de los Derechos Humanos) estuvo realizando la resolución sobre esta opinión consultiva. Si se observa en los artículos tomados de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, el gobierno de Solís Rivera justifica que dicha Convención ampara a los Estados americanos para que puedan hacer cambios jurídicos en donde las personas sexualmente diversas puedan tener derechos.

En la entrevista realizada a Janeketih Durán Barberena⁶⁰, indicó que líderes de diferentes organizaciones en favor de los derechos sexuales como Acceder, Movimiento Nacional por Matrimonio Igualitario, Frente por los Derechos Igualitarios (FDI) y parte del directorio del Partido Vamos en la última campaña electoral, tuvieron una gran participación tanto en la Opinión Consultiva OC-24/17 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos como en la campaña electoral del 2018. Comentó que durante el proceso que le llevó a la Corte para dar un veredicto a la opinión consultiva, se abrió un espacio a los Estados y a las organizaciones tanto nacionales como internacionales para que mostraran su parecer.

⁵⁹ Josué Alfaro y Daniel Salazar, “Corte IDH: Costa Rica debe garantizar matrimonio igualitario”, *Semanario Universidad*, 09 de enero 2018, URL: <https://semanariouniversidad.com/pais/corte-idh-costa-rica-garantizar-matrimonio-igualitario/>

⁶⁰ Entrevista realizada a Janeketih Durán Barberena. Activista y líder de diferentes organizaciones en favor de los derechos sexuales en Costa Rica. (30 de octubre de 2018, San Pedro, San José).

El colaborador comenta que, siendo parte de Acceder y del FDI, se coordinó una respuesta como organización cuando la Corte abrió el espacio de consulta. Antes de esto, Durán explica que el 17 de mayo de 2016, la vicepresidenta de ese entonces, Elena Chacón anuncia en un evento sobre el envío de la opinión consultiva a la CIDH, por tanto, haciendo recuento de los hechos, eso fue un día antes de que se entregase el documento a la Corte. Lo que supondría que la administración Solís Rivera invitó a las organizaciones y colectivos LGTBI a prepararse con tiempo para presentar sus argumentos.

La determinación de la Opinión Consultiva OC-24/17 salió a la luz pública a principios de enero del 2018, en plena campaña electoral. Diferentes sectores expresaron su opinión en favor y en contra, pero quienes lo celebraron como un triunfo fueron los diferentes colectivos y activistas LGTBI. No obstante, el mayor revuelo fueron las palabras del candidato presidente Fabricio Alvarado Muñoz del PRN. Entre sus primeras impresiones sobre el fallo fue que, si quedaba como presidente de la República, se saldría de la Corte.

Para Durán, los meses siguientes a la resolución del Opinión Consultiva OC-24/17 fueron convulsos. Las organizaciones y colectivos LGTBI lo celebraron a lo grande en la Fuente de Hispanidad en Montes de Oca, lugar frecuentado por las personas para celebrar triunfos. Empero, la situación se volvió difícil con los discursos de Fabricio Alvarado y el PRN y, más aún, durante la segunda ronda electoral. Durán Barbena señaló que a través del Frente por los derechos igualitarios recibieron denuncias de violencia y discriminación.

Durante el proceso electoral el FDI tuvo que hacer un formulario digital para que las y los ciudadanos pudieran reportar casos de violencia y discriminación hacia personas LGTBI. Incluso, hicieron gráficos para mostrar que habían aumentado los casos posteriores a los discursos generados por el PRN y su candidato. Adicionalmente, Durán Barberena comentó que alrededor de 32 a 34 casos de violencia y discriminación se reportaron durante las seis semanas después de la primera ronda electoral⁶¹.

La coyuntura que se da en las últimas elecciones muestra a una sociedad costarricense polarizada y con diferentes formas de comprender el tema sobre derechos humanos, principalmente en lo que respecta a derechos sexuales y reproductivos y bajo la influencia de

⁶¹ Estos datos los proporciona el colaborador durante la entrevista supra señalada.

partidos políticos evangélicos. Se debe tener presente que la legislación de Costa Rica permite que personas activamente religiosas participen en política electoral. Por otro lado, sus discursos han motivado a la discriminación y a la violencia de sectores que han luchado por la igualdad de sus derechos ante la sociedad. En palabras de Durán:

“Yo creo que todo el tema de los discursos de PRN y el contexto de la campaña política ya sea de la respuesta de la opinión consultiva, ya sea sobre lo que sucede en la segunda ronda desnuda todo lo peor de Costa Rica. De hecho, es como, un sentimiento que esa campaña presidencial en su totalidad desnudó lo peor de Costa Rica. Tenemos como aquel mito de la Costa Rica de paz y de amor y demás, y en la campaña quedó claro que ya eso no existe”.⁶²

Al día siguiente de la primera ronda electoral, es decir, el lunes 5 de febrero se conocieron quienes iban para segunda ronda electoral, pues, ninguno de los dos aspirantes logró el 40% que se exige constitucionalmente para ganar en una primera vuelta. Fabricio Alvarado del PRN alcanzó el 25,0% y el Carlos Alvarado del PAC logró el 21,66%.⁶³ Después de la primera ronda, nace Coalición Costa Rica, producto de un grupo de personas de diferentes espacios académicos que estaban preocupados ante el arribo de un partido que estaba en contra de los derechos sexuales y reproductivos. Más adelante, se explicará cómo nació y cómo llegó a tener preponderancia durante la segunda ronda electoral.

Medios de comunicación en Facebook durante el proceso electoral 2018

Este apartado incluye el abordaje de tres medios de comunicación, realizado mediante el instrumento de análisis llamado: “ficha-resumen de páginas web de noticias vinculadas en Facebook 2018”. Se consideró, abarcar la página principal del medio de comunicación creada en Facebook, es decir el *Fan Page* oficial de tres principales noticieros escogidos para este estudio: *crhoy.com*, *nacion.com* y *telenoticias*. Para la consulta de la fuente, se cuenta con la redirección del sitio web en el cual está alojada la noticia. Las fichas resumen, están

⁶² Entrevista a Janekith Durán Barberena, 30 de octubre, 2018.

⁶³ Tribunal Supremo de Elecciones, “Cómputo de Votos y Declaratorias de Elección, Proceso Electoral 2018”, San José, 2018, 24, URL: http://tse.go.cr/pdf/elecciones/computovotos_febrero_abril_2018.pdf

construidas desde el enfoque cualitativo, en el que no se toman en cuenta indicadores cuantitativos.⁶⁴

Es importante considerar que las fichas-resumen en perspectiva cualitativa, permite el análisis de contenido de diferente índole. Esta “se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y valida.”⁶⁵ De esta manera, la ficha-resumen, permite sintetizar mejor la información que se desea estudiar y procesar.

Se seleccionaron tres noticias para cada medio de comunicación en Facebook, para un total de nueve noticias analizadas. Se abarcaron en diferentes fechas comprendidas entre el 5 de febrero y el 1 de abril. Este rango temporal corresponde al período de la segunda ronda electoral, celebrada en 2018. Uno de los indicadores principales para la noticia consiste en la verificación de qué tipo de recursos digitales posee, es decir, si la noticia contiene audios, videos o fotografías. En este caso, la totalidad de las noticias abarcadas, muestran que contiene algún tipo de contenido multimedia. Se muestra que tanto crhoy.com, telenoticias y nacion.com incluyen en sus publicaciones de noticias, videos y fotografías alusivas a la noticia publicada. Para el caso de crhoy.com, la noticia titulada “¿Cuántos empleos creará? Carlos Alvarado prefiere no dar un número” incluye una imagen con carácter ilustrativo, es decir, que no corresponde a la noticia en sí, pero sí al contexto del mensaje transmitido.

Otro de los indicadores, corresponde al vínculo político de la noticia emitida y publicada, con el contexto electoral. Este indicador es de suma importancia, ya que permite relacionar el contenido de la noticia con el contexto electoral analizado. Al respecto, Ignacio Siles argumenta que

“(…) las personas tienen una clara preferencia por noticias sobre asuntos no públicos, es decir, aquellos temas que no necesariamente contribuyen a la formación de la esfera pública en su sentido más tradicional (es decir, burguesa según Habermas, 1989). Dentro de este tipo de contenidos destacan, por

⁶⁴ Ver fichas-resumen de páginas web de noticias digitales.

⁶⁵ Jaime Andréu, “Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada”, *Fundación Centro Estudios Andaluces* (España), (2008), 2-34: 2. URL: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>

ejemplo, informaciones sobre sucesos, crímenes, deportes, entretenimiento, clima, etc. En cambio, las noticias sobre asuntos públicos tienen que ver con política, gobierno, funcionarios públicos (notablemente el presidente de la república e inclusive candidatos a ocupar cargos públicos), el acontecer del país, economía y asuntos internacionales, entre otros.”⁶⁶

Es por eso que la mayoría de los usuarios tienen una mayor preferencia al consumo de contenido noticioso fuera del ámbito político. No obstante, dado a las circunstancias políticas y electorales que surgen, la mayoría del contenido publicado por los medios en Facebook, tratan sobre el proceso electoral surgido en el periodo tratado; es por eso que se opta por esclarecer la anotación del vínculo político con el contenido de la noticia en la ficha-resumen.

Se concluye, que los medios informativos analizados tuvieron una gran repercusión en la difusión de información por Facebook. El uso de diferentes recursos multimedia, hacen que la noticia sea llamativa para el usuario, sobre todo aquellas que hacen alusión al contenido que poseen. El vínculo político con la noticia es importante, ya que permitió conocer el grado de vinculación política que posee la noticia, con el contexto electoral estudiado y que, además, se conocerán las reacciones en comentarios que generaron algunas informaciones emitidas y que se analizarán en el siguiente apartado.

Reacciones generadas por usuarios ante las noticias emitidas en Facebook, durante el proceso electoral 2018

Durante el proceso electoral del 2018, se publicaron diferentes noticias en Facebook sobre el panorama político que estaba aconteciendo en esos momentos. Como bien se ha señalado en apartados anteriores, lo particular de las noticias que se publican en Facebook es que los usuarios de esta red pueden dar reacciones a dichas noticias (me gusta, me encanta, me divierte, entre otros), lo pueden compartir en su muro personal para que otros lo vean y pueden escribir comentarios al pie de la noticia.

⁶⁶ Ignacio Siles, Pedro Campos y Andrés Segura, “Sitios costarricenses de noticias en Facebook: “¿Qué “likean”, comentan y comparten sus usuarios?”, *Revista de Ciencias Sociales* (UCR) 160 (octubre, 2018), 37-55: 39.

En la investigación se tomaron en cuenta tres noticias de los tres medios que se habían elegido en la parte metodológica, en este caso Telenoticias, crhoy.com y nacion.com.⁶⁷ Las tres noticias están dentro de una misma temática, el ascenso acelerado del candidato Fabricio Alvarado del PRN. En el caso de Telenoticias, se publicó una noticia en Facebook con el siguiente título “Fabricio Alvarado conquista más votantes del PIN, Carlos Alvarado del PLN y PUSC: encuesta del CIEP”. Dicha publicación se realizó el 14 de febrero del 2018, poco después de la primera vuelta electoral, hubo 1,102 reacciones, 284 comentarios y 106 veces compartido.

En algunos de los comentarios al pie de la noticia se observan cómo las personas justifican el arribo del PRN, porque el gobierno de ese entonces había perdido popularidad.⁶⁸ También se dice que el PRN tiene mucha fuerza en las zonas rurales y con el debilitamiento del PAC en la Gran Área Metropolitana, favorecería el gane a Fabricio Alvarado. Lo de la fuerza electoral del PRN en las zonas rurales fue real y no fue simplemente una percepción aislada. Según el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), en la segunda ronda electoral el PRN solamente ganó en dos provincias, Puntarenas y Limón.⁶⁹

Crhoy.com publicó el 14 de marzo del 2018 la siguiente noticia, “UCR presentó recurso de amparo electoral contra Fabricio Alvarado”. En este caso informa que Alvarado canceló su participación en un debate organizado por esta universidad, el cual había sido declarado de interés institucional. Eso motivó a la UCR, a presentar un recurso de amparo electoral contra él. Esta no fue la única vez que el excandidato del PRN canceló un debate, lo hizo en varias ocasiones.⁷⁰ Dicha publicación tuvo un alcance de 5,565 reacciones, 2,356 comentarios y 653 veces compartida.

Los usuarios que hicieron sobre esta publicación de Crhoy.com en Facebook se refirieron a varias aristas y no centraron su participación en un solo argumento. Algunos criticaron a la UCR por hacer ese tipo de acciones, para muchos son vagabunderías o pérdida

⁶⁷ Ver Cuadro comparativo de comentarios en las publicaciones emitidas por medios de comunicación en Facebook

⁶⁸ Ver Cuadro comparativo de comentarios en las publicaciones emitidas por medios de comunicación en Facebook

⁶⁹ Tribunal Supremo de Elecciones, 224.

⁷⁰ Ver Cuadro comparativo de comentarios en las publicaciones emitidas por medios de comunicación en Facebook

de tiempo. Algunos aconsejan a esta universidad, dedicarse a asuntos más importantes. Otros por su lado defendieron a la UCR y reprochan a Alvarado, por sus reiteradas cancelaciones a los debates. Durante este momento el proceso electoral se vuelve intenso y en las redes sociales como Facebook se vuelven espacios para criticarse e insultarse entre ambos bandos.⁷¹

En cuanto a La Nación, el 18 de marzo del 2018 publicó la siguiente noticia en Facebook, “Apóstol y sombra de Fabricio Alvarado”. Esta publicación comenta que Fabricio Alvarado es hijo espiritual del pastor evangélico Rony Chaves. Esta noticia fue crucial durante la segunda ronda electoral porque se presentó información sobre Chaves y su gran crítica a la Iglesia Católica, específicamente a la Virgen de los Ángeles, al catalogarla como fuerza maligna a la que está dañando a los católicos y a Costa Rica. Esto dio motivo a que los votantes católicos se sintieran ofendidos en sus creencias e incluso opinar que se estaba atacando a la “Patrona de Costa Rica” Lo que pudo ser descontento para muchos votantes católicos. Esta divulgación sobrepasa a la de Telenoticias en reacciones con 1,863 y comentarios con 1,255 y a Crhoy.com en veces compartido con 1,875. Este último dato pudo lograr que muchas más personas conocieran la noticia, lo que supuso un mayor alcance de su contenido.

En los comentarios se observa una polarización de los usuarios, entre quienes apoyan a Fabricio y su amistad espiritual con Chaves y los que consideran que el supuesto negocio de las iglesias evangélicas se va a entrometer en la política. Se evidencia una dura contienda entre ambas partes, lo que termina en insultos y violencia de palabras. Incluso, hay críticas duras contra La Nación por publicar noticias con contenido religioso. En las entrevistas realizadas a personas que fueron parte del grupo Coalición, afirman que el ambiente electoral de la segunda ronda fue muy duro e incluso a veces cansaba por lo que muchos optaron por no leer o ignorar los comentarios de las publicaciones.

En conclusión, el proceso electoral 2018 estuvo marcado por cambios políticos significativos. Uno de ellos fue que los dos partidos que lograron ir a la segunda vuelta no estaban conformados por ninguno de los dos partidos tradicionales. Otro fue el avance vertiginoso de un partido confesional que incluso logró ser la primera fuerza en la primera vuelta electoral. Esto demuestra que Costa Rica ha logrado ser un país más plural en partidos,

⁷¹ Información tomada de las entrevistas semiestructuradas. En estas se evidencian que, para muchos de ellos, las redes sociales son un ambiente que propicia un ambiente confrontativo.

alejándose así del bipartidismo. Finalmente, la posible influencia religiosa en ciertos sectores a la hora de tomar decisiones políticas y la conformación de otros espacios sociales que sí apoyan los derechos sexuales que se definen en la Opinión Consultiva OC-24/17. También, se visualiza como la red social Facebook tuvo mucha fuerza en comparación con el proceso electoral 2014; la gente se informaba por la red social y los medios de comunicación lo utilizaron como principal puente informativo. Toda esta coyuntura, generó una polarización de la sociedad y que en la segunda ronda se visibilizó con agrupaciones como Coalición Costa Rica. En el siguiente capítulo se ampliará más sobre el surgimiento de este grupo y su influencia en la segunda vuelta electoral.

Capítulo IV

Acceso y manejo de información en Facebook, el caso del grupo Coalición Costa Rica

En este capítulo se aborda el surgimiento del grupo Coalición Costa Rica como estudio de caso seleccionado para esta investigación. Se analizan algunas de las condiciones existentes al momento de la conformación del grupo, así como su posterior auge y alcance en la red social Facebook. Lo anterior para lograr una mejor comprensión sobre el tipo de activismo que caracterizó al grupo estudiado y las experiencias de las personas colaboradoras en relación con el surgimiento y propósito del grupo.

Para el segundo apartado se hace un recorrido a partir de entrevistas a las personas colaboradoras que pertenecieron al grupo Coalición Costa Rica y a su vez utilizaron la red social Facebook como fuente de información e interacción durante la segunda ronda electoral 2018. En ese sentido se analizan los procedimientos aplicados por las y los colaboradores al momento de acceder a información en la red social y se desarrollan aspectos relevantes en relación con los resultados de las entrevistas aplicadas.

Surgimiento del grupo Coalición Costa Rica. Propósitos y alcances de la agrupación

Para entender cómo surgió el grupo Coalición Costa Rica, se incurrió en la elaboración de entrevistas no estructuradas. Para realizarlas, se seleccionaron 3 personas que fueran partícipes directos del surgimiento y consolidación de la agrupación. Con ello, se obtiene información esencial de los colaboradores que tuvieron vivencias y experiencias de cómo nació Coalición.

Según uno de los fundadores entrevistados el surgimiento del grupo Coalición fue algo inesperado, considerando el nacimiento del conjunto como un “error”. La pregunta fue dirigida a la explicación de cómo surgió la agrupación durante la segunda ronda electoral, lo cual se evidencia en lo siguiente:

“Bueno... el grupo fue un error en realidad, eran seis politólogos que estaban hablando en un chat de WhatsApp y se dijo abramos un chat... digamos estaban hablando separadamente y se le asignó a Javi Ballesteros abrir un grupo... era un grupo de WhatsApp para ver desde la politología como se iba a abarcar el tema de la segunda ronda y ver cuáles eran las posibilidades, Javi no entendió y abrió un

grupo abierto en Facebook en un momento clave que era un 5 de febrero, en el que creo que la mayoría de personas coincidían que estuviera Fabricio Alvarado fue una sorpresa. Entonces la gente empieza a entrar y empieza a invitar gente, porque se plantea como un grupo sin filtros, en el momento que Javi lo abre ni siquiera sabe cómo abrir bien un grupo de Facebook, lo pone sin filtros, de hecho, se llamaba Coalición Juventudes por Costa Rica”⁷²

Como se logra evidenciar, la red social en la cual surgió la agrupación fue originalmente en WhatsApp, dónde se conformó un grupo inicial de politólogos. La misma respuesta lo brinda el segundo fundador, confirmando también que se creó inicialmente un grupo de la aplicación de mensajería. “(...) un compañero dice ¡eyy Javier! hágase un grupo, pero el grupo iba ser en WhatsApp y Javier no lo hizo en WhatsApp sino en Facebook”.⁷³ Es desde ese entonces, que uno de los miembros del grupo de WhatsApp, decide crear la agrupación en Facebook y dejar que cualquier persona usuaria se incorpore al grupo recién creado.

Para el tercer entrevistado, sus respuestas se enmarcan a la explicación del contexto electoral lo que se entiende que, entre las personas participantes, hubo un acercamiento y puntos en común, para buscar que hacer:

“(...) yo recuerdo aquel momento en la primera ronda electoral con mi amiga Alejandra Gómez, la van a entrevistar hoy o la están entrevistando en este momento, a ella yo le dije: “hay que trabajar, yo no soy de trabajar, ni pegando banderas y yendo a jalar gente, pero creo que esta elección está fea”, digamos estamos viendo algo que nunca habíamos visto el surgimiento de una Costa Rica muy conservadora y sobre todo en un contexto mundial muy marcado por Trump”⁷⁴

Es importante mencionar que el nacimiento del grupo no se debe interpretar como un mero “accidente” surgido de la espontaneidad. Aunque su surgimiento pudo ser repentino, los antecedentes abordados a lo largo de esta investigación tales como la era digital y el contexto político-electoral que se llevaba a cabo en el país, jugaron un papel vital para generar un cierto activismo con el aprovechamiento de las plataformas digitales, tanto de WhatsApp, como Facebook. Así queda constatado en las respuestas de uno de los colaboradores, al decir que

⁷² Entrevista a Mari Murakami, realizada en San José, 27 de noviembre 2018.

⁷³ Entrevista a Alejandra Gómez, realizada en San José, 11 de diciembre 2018.

⁷⁴ Entrevista a Edgardo Araya, realizada en San José, 11 de diciembre 2018.

“(…) la idea era crear un grupo pequeño de gente de diferentes áreas que pudiera tener algunos contactos y alguna injerencia de cierta manera para que pudieran influir en los resultados”⁷⁵.

Otra de las preguntas abordadas, se refiere a cuáles aspectos consideraban fundamentales los fundadores para la conformación de Coalición Costa Rica. Para el caso de la colaboradora Mari enfatizaba que la coordinación de subgrupos conformados en ciertas comunidades, facilitaron la comunicación e intercambio de ideas. La participante también recalcó que estuvo en varias zonas del país, en las cuales se llevaban a cabo reuniones para coordinar un movimiento de “reunión nacional”:

“Ya había como muchas regiones del país conectadas y nosotros lo que dijimos fue... bueno conectémonos en red, entonces esos grupos que eran un grupo comunitario viendo a ver que iban a ser dicen: bueno vamos a ser Coalición Costa Rica... y ahí empezamos ya como a formar una línea entre todos a lo que se podía.”⁷⁶

En cambio, la colaboradora Alejandra, expresó una posición más general y contextual. Enfatizó en la coyuntura política electoral, surgida a raíz de los resultados para la segunda ronda. También hizo hincapié en la influencia de las redes sociales:

“La otra evidentemente el tema de redes sociales, las redes sociales tienen cosas buenas y cosas malas, pero en las cosas buenas es más fácil conectarse, no es lo mismo que tengamos una conversación acá a que tengamos una conversación en redes sociales que es pública para todo el mundo y cualquiera pueda meterse, me explico. Eso fue lo que pasó en Coalición.”⁷⁷

Alude a que, sin las redes sociales, muy difícilmente se hubieran alcanzado los objetivos que pretendían llevar a cabo. Es decir, la comunicación con diferentes grupos y la coordinación de acciones, Facebook permitió esa posibilidad y -cómo quedó constatado en las anteriores respuestas- por WhatsApp.

Al respecto, autores como Bernardo Sorj y Sergio Fausto, subrayan que:

⁷⁵ Entrevista a Alejandra Gómez.

⁷⁶ Entrevista a Mari Murakami.

⁷⁷ Entrevista a Alejandra Gómez.

“Ciertamente Internet permite una comunicación horizontal masiva e instantánea. Palabras de orden vía hashtags y mensajes e imágenes virales se propagan en tiempo real. Con todo no podemos olvidar que explosiones sociales atraviesan la historia humana y su característica es la imprevisibilidad.”⁷⁸

Se habla entonces de la existencia de un intercambio intensivo de mensajes por todo el grupo y la incorporación masiva de usuarios. “(...) yo ingreso al grupo y eran diez personas y a las dos horas eran mil y a las cuatro horas eran veinte mil y así sucesivamente, para el siguiente día eran más de doscientos mil.”⁷⁹ Las características de Facebook y el acceso de las personas a las redes sociales, permitieron esa posibilidad ante la existencia de un hecho social vigente -contexto electoral-.

El tercer entrevistado, mostraba tener una posición más emotiva. Aludía a que el terror y el miedo fueron los motivantes principales para la consecución del grupo. También expresaba un punto de vista de no alineación partidaria, tal y cómo se demuestra en la siguiente frase:

“Yo digo que esos son los tres elementos que fueron vitales. Por un lado el terror que yo creo que es el 90% de la pregunta, segundo la oportunidad para la gente que no se sentía cómoda en una plataforma partidaria de incidir desde el punto de vista socio – político, porque incluso el otro día me decían “No, es que Coalición era un movimiento político” y yo decía “No, es un movimiento socio político”, que no es un movimiento con una estructura electoral y con un fin electoral, a Coalición nadie lo eligió, Coalición fue una estructura paralela que surge desde la misma gente de acción para incidencia”⁸⁰

Otra de las interrogantes planteadas en la entrevista, tienen que ver con las limitantes y obstáculos que tuvieron para la conformación y consolidación del grupo. Tres de los miembros fundadores de Coalición Costa Rica coincidieron en que hubo obstáculos importantes, que impidieron la articulación de acciones y materializarlos en la realidad. Por ejemplo, una de las entrevistadas recalcó la problemática en torno a la centralización:

“(…) somos sumamente valle-centralistas, o sea Costa Rica es un país sumamente valle centralista, entonces, la forma de operar del Valle Central generalmente no visibiliza las necesidades específicas

⁷⁸ Bernardo, Sorj, 30.

⁷⁹ Entrevista a Alejandra Gómez.

⁸⁰ Entrevista a Edgardo Araya.

que hay en las regiones. Yo, por ejemplo, para segunda ronda volanteé muchísimo más Limón, Guanacaste y Puntarenas que lo que estuve en Valle Central”⁸¹

Alejandra Gómez, subrayó que la diversidad de formas de pensar entre los integrantes del grupo en Facebook, como las personas participantes activas, fue una limitante muy grande. Además, el tiempo que disponían era muy corto dado que no existía un margen para coordinar acciones:

“Entonces es para mí, y ha sido en general en Coalición hasta la fecha, una de las cosas más complejas: poner de acuerdo a las personas que piensan tan distinto. Entonces usted se imagina tomar decisiones para doscientas mil personas a sabiendas de la responsabilidad que nosotros asumimos como tal que está cayendo en nosotros. Había muchísimos grupos que se conformaron sin que nosotros moviéramos un dedo, pero había muchos grupos que se conformaron y luego nos decían ¿Qué vamos a hacer? Y bueno había otros que tenían su autonomía en su funcionamiento y ya está. Esas cosas de ponerse de acuerdo, tomar decisiones, quitar lo más personal y dejar de lado eso y decir bueno ok... vamos a trabajar en los que une ¿estamos de acuerdo? Esto se hace... todo lo demás no se toca ni se habla ni anda porque nos vamos a matar, esto es lo que vamos a hacer. Entonces en este sentido, al inicio fue muy complicado y teníamos que tomar decisiones muy rápido, no había margen de tiempo de decisión o sea pasaba una cosa y teníamos que decidir, teníamos a la prensa encima, la información tan voraz en redes sociales, muchas cosas, entonces eso fue lo más complicado.”⁸²

Por su parte Edgardo Araya, apuntó que uno de los principales obstáculos fue el señalamiento que tenía la agrupación con uno de los partidos políticos que quedaron en la segunda ronda:

“El grupo se convierte en una carnada política-electoral impresionante. Evidentemente cuando el PAC ve el surgimiento de esto, hay un montón de reuniones donde sentimos que el PAC pensó que Coalición era de ellos y estaba a servicios de ellos”. La representante del PAC nos decía que ustedes eran poco controlables y es demasiado simbólico. Alejandra (otra de las fundadoras) que el surgimiento de Coalición no surgió porque le fascinara Carlos Alvarado o el PAC fuera lo último de este mundo, Coalición surgió porque no íbamos a permitir que un don nadie llegara a la presidencia y echara a la

⁸¹ Entrevista a Mari Murakami.

⁸² Entrevista a Alejandra Gómez.

borda todo lo que el país ha logrado, a pesar de sus contradicciones, y que el PAC no era más que un afortunado histórico”⁸³

Una de las preguntas formuladas se refiere a la valoración que tenían los fundadores respecto al movimiento y que proyecciones tenían sobre el alcance de este. Las respuestas de las participantes evidencian que no tenían proyección y alcance alguno. “¿Proyecciones? Ninguna, es mentira, sería mentirles. Proyección tal vez era que nosotros como colegas nos reuniéramos ojalá y dijéramos que podemos mover.”⁸⁴ Lo que indica que el movimiento surgió muy rápido y repentinamente.

El crecimiento acelerado de usuarios en el grupo de la red social Facebook lo constata, no existiendo un margen proyectar acciones a largo plazo para los participantes directos del grupo. Edgardo apuntaba a que Facebook tiene más alcance y acceso, “(...) pensamos que Facebook iba a ser algo más democrático y que la gente tiene más acceso a ella que otras redes como Instagram o Twitter, pero jamás nos pasaba por la mente algún alcance o proyección”⁸⁵

La pregunta final enunciada, se refiere a qué valoración general tenían sobre el surgimiento del grupo. Una de las entrevistadas hacía la siguiente valoración:

“A mí personalmente me sirvió de mucho. Yo he sido de movimientos sociales toda la vida y los movimientos sociales tienen particularidades. Dentro de esas particularidades hay una intransigencia tal cual, por lo menos en la gran mayoría. Que se entiende, sí, yo no soy de las personas más abiertas a ciertas cosas que suceden, pero me enseñó también que usted puede trabajar con cierta gente en ciertos temas, aunque no sean tan compatibles entre personas pues...eso es importante porque la cerrazón que uno tiene afecta las causas...o sea termina siendo más importante el movimiento que la causa en sí...”

Las valoraciones generales variaron entre cada fundador entrevistado, pero en lo que se asemejan más fue que los tres participantes coincidieron en la existencia de la gran variedad y diversidad de pensamiento que existían en el grupo:

“Cuando surge lo que nos une que es el eslogan que nosotros empezamos a unir con todas las publicaciones y a tirarlo por ahí, fue como ver como en tanta diversidad, porque te lo digo así... yo

⁸³ Entrevista a Edgardo Araya.

⁸⁴ Entrevista a Alejandra Gómez.

⁸⁵ Entrevista a Edgardo Araya.

conozco desde lo más facho en Coalición hasta lo más chancla... yo tiro más para acá... pero convivimos y es muy interesante que convivamos porque a veces yo los escucho y tiran ese ultraderecha verdad así... y uno así...okey este es un movimiento social... y volvés a trabajar porque hay como esa capacidad adquirida de que esta es mi posición personal”⁸⁶

En síntesis, es importante aclarar que el surgimiento del grupo en Facebook y la gran cantidad de seguidores que lo conformaron, no fue una garantía real para llevar a cabo un activismo político. Sorj y Fausto, son claros en señalar que:

“Lo que se trata es de recordar que cuando se habla del mundo online y offline no nos referimos a realidades aisladas donde actuarían actores sociales diferentes. Al mismo tiempo no pueden ser confundidas. Se trata de una distinción por veces tenue, pero real y en momentos decisiva, entre el acto de clicar y el de estar presente en la calle, entre ser un simple usuario o poseer recursos materiales para invertir en la programación y producción de contenido a gran escala, entre el poder de enviar mensajes y el de disponer de medios legales y represivos para interferir. Ciertamente en la medida que avanza la “Internet de las cosas” la fusión entre ambos universos será tal que exigirá nuevas conceptualizaciones. Vivimos en un periodo histórico en que conviven un mundo que está llegando y otro que está dejando de ser, pero su impronta continúa (muy) presente.”⁸⁷

Las respuestas de las personas fundadoras entrevistadas demuestran que el surgimiento fue repentino y tuvo su inicio en una red social distinta a Facebook, lo que evidencia que la virtualidad y las redes sociales facilitaron que se conformara el grupo Coalición, surgiendo como respuesta ante una coyuntura política-electoral dada. WhatsApp sirvió como puente primario y fue en donde se gestó la mayor parte de las acciones a seguir.

La agrupación no tenía algún propósito, salvo contrarrestar un posible resultado que se fuese a dar en la segunda ronda electoral. Mucho menos tenían proyectado algún alcance, lo cual evidencia el papel fundamental que tuvo las redes sociales, principalmente WhatsApp y Facebook, lo cual -lo que se enmarca esta investigación- se dará a conocer los resultados de la gente participe en el grupo y que se analizarán en el siguiente apartado.

⁸⁶ Entrevista a Mari Murakami.

⁸⁷ Bernard, Sorj, 29.

Grupo Coalición durante el período de la segunda ronda

Si bien ya se realizó una aproximación de cómo fue el surgimiento en Facebook del grupo Coalición Costa Rica, resulta necesario comprender la dinámica del grupo en relación con el acceso y manejo de información. Lo anterior, pues, este ejemplo de activismo político en una red social no se puede desligar de todo lo relacionado a la información que se generó en el contexto electoral 2018. En ese sentido, una de las interrogantes que esta investigación pretendía esclarecer es la manera en los miembros del grupo Coalición Costa Rica procedieron al momento de leer noticias, publicaciones, encuestas y todo tipo de información en la red social Facebook.

Para esto se realizaron un total de 16 entrevistas⁸⁸ pretendiendo tener un acercamiento con algunas personas colaboradoras que, durante el contexto electoral 2018 y el surgimiento del grupo, formaron parte de este y participaron ya sea de forma activa o pasiva. Se trató de incluir personas de distintas edades, lugares, niveles de escolaridad, entre otros, con el fin de que hubiera concordancia con la composición del grupo en Facebook, el cual era abierto a prácticamente cualquier persona que deseara formar parte de él.

Cada entrevista consistía en una fase de contexto que los hiciera ubicarse y recordar su participación en el grupo, una fase en la que explicaran los procedimientos que usaron al acceder y manejar información, y una fase final más enfocada en la opinión y otros datos de interés relacionados con la problemática. Para efectos de este apartado, se sintetizarán los principales elementos relacionados solamente con los procedimientos aplicados por los entrevistados en su interacción con información en la red social. Cabe mencionar que las personas de Coalición Costa Rica accedían a información tanto dentro del grupo como fuera de él y por tanto narraban su experiencia como usuarios de Facebook.

Primero que todo es necesario mencionar que la forma de proceder de las personas entrevistadas a la hora de leer una noticia o publicación fue diferente en cada caso, aunque también se encontraron similitudes. Casi todos aseguraban que, al leer, por ejemplo, una noticia, de alguna manera intentaban validar la veracidad de la información buscando en

⁸⁸ Ver Entrevistas semi estructuradas.

internet o esperando que la misma noticia saliera en más medios de comunicación como la televisión.

Lo cual significa que, al menos en algunos casos, las redes sociales pudieron ser la fuente de información más inmediata de un usuario, pero poco fiable ya que esperan verificar la información en otro medio. Incluso algunos manifestaron que han desarrollado cierta malicia o desconfianza sobre lo que leen y acceden especialmente en Facebook. Lo anterior mencionado se puede relacionar con el pensamiento crítico, entendiendo este como es un proceso de búsqueda de conocimiento, a través de las habilidades de razonamiento, solución de problemas y toma de decisiones, que nos permite lograr, con la mayor eficacia, los resultados deseados.⁸⁹

En ese sentido, es importante que los usuarios en redes sociales desarrollen mecanismos preventivos ante la masificación de la información. El pensamiento crítico contribuye para poder inferir y razonar habilidades que faciliten la resolución de problemas. De manera que este proceso de aprendizaje pueda generar insumos en función del acceso y manejo de información digital que propicie a los usuarios cuestionar fuentes, triangular información de calidad, generar discusiones más propositivas en función de resolver problemas. Además de evitar problemáticas relacionadas con la información como el amarillismo en medios de comunicación, las noticias falsas, entre otros.

A pesar de esto, también hubo algunos casos en los que las personas colaboradoras explicaban que en realidad no revisaban la información con ninguna otra fuente e incluso uno de los entrevistados aseguró haber compartido noticias en su red social que posteriormente se enteró que eran falsas, habiendo ya esparcido la información con su red de amigos. Algunos aplicaron otro tipo de acciones como evitar suscribirse a páginas que consideraban poco fiables o amarillistas, acceder sólo a contenido de universidades e institutos, preguntar a personas con conocimiento en alguna área específica, entre otros.

Una de las interrogantes que se le pidió responder a los miembros del grupo Coalición Costa Rica fue si al momento de leer una noticia exagerada o extravagante, realizaba algún

⁸⁹ Carlos, Saiz y Silvia F, Rivas. “Evaluación en pensamiento crítico: una propuesta para diferenciar formas de pensar”, *Ergo, Nueva Época* (México) n.22-23 (marzo-setiembre, 2008): 5.

ejercicio de reflexión sobre las implicaciones y repercusiones que representa para la población la credibilidad en el contenido de ésta. En ese sentido, prácticamente todos mencionaron que si han reflexionado y considerado la posibilidad de que existan implicaciones o repercusiones de aceptar en el contenido de una noticia o creerla a primera instancia. Algunos de los participantes recordaron publicaciones o noticias que vieron en la red social durante el contexto electoral y señalaron las acciones que realizaron. Algunos, por ejemplo, decían que se iban a los comentarios para ver si las demás personas creían o no la noticia, otros por su lado retiraban la suscripción del medio.

Varios de los entrevistados mencionaron aspectos relacionados con la emotividad o las emociones, estas se pueden entender como el conjunto de respuestas psicológicas, afectivas y cognitivas hacia el entorno físico y sociocultural.⁹⁰ De hecho, fue en seis ocasiones en las que las personas colaboradoras explicaban su experiencia al leer una noticia, y aseguraban haber sentido enojo, alegría, frustración, indignación, entre otros., y contaron que tales estados de emoción los impulsaban incluso a realizar una acción. Lo anterior implicaba que compartieran noticias, contaran lo que leyeron a otra persona, respondieran comentarios de una publicación o simplemente dieran por cierta alguna información. Algunas de las personas admitían que incluso la forma en que estaba redactado un titular o las fotografías de una portada incitaban a las personas a tomar una posición y provocaban estos efectos en los usuarios de redes sociales.

Las emociones, en muchos de los casos que contaron las personas colaboradoras, se veían más reflejadas en las secciones de comentarios de las noticias o publicaciones en Facebook. Es en estos lugares donde se daban discusiones fuertes, muestras de intolerancia, homofobia y todo tipo interacciones tanto constructivas como destructivas o incluso fuera de contexto. Esto resultaba incómodo y frustrante para algunos usuarios, mientras para otros significaba una forma de entretenimiento.

No obstante, también hay posiciones que afirman que este escenario tan rígido de emociones influye en que muchos usuarios quieran evitar el debate político por lo que su papel en las redes sociales resulta meramente de espectadores, tal y como señala Mariana Jiménez,

⁹⁰ Marina, Jiménez Rodríguez. “La emoción como estrategia argumentativa en el mitin español. Identificación de actos de habla y análisis cuantitativo”, *Discurso & Sociedad*, 11, n.4 (2017): 623.

las emociones son “construcciones discursivas”, lo que explica la posibilidad de poder argumentarlas.⁹¹ En ese sentido, las redes sociales rompen la línea de la discusión entre pares permitiendo que evoquen mecanismos de confrontación tan rígidos y violentos a la hora de respaldar dichas construcciones discursivas e impositivas.

Una de las interrogantes hacía referencia a si la persona le prestó importancia a las reacciones y comentarios que se generan en la parte inferior de una publicación o noticia en Facebook. La mayor parte de las personas mencionaron que no prestaban atención a tales indicadores ya que lo importante era leer el contenido de la noticia y que sólo en algunas ocasiones las revisaban por curiosidad o para entretenerse. Por lo menos tres personas dijeron que depende del titular, puede ser que les interesara más leer los comentarios y reacciones para saber la opinión de la gente sobre un tema o incluso si la gente rechaza o acepta algo. En términos generales la tendencia es primero leer la noticia y luego los comentarios, con algunas excepciones.

Con el instrumento de las entrevistas se pudo saber que todos los entrevistados usaban con cierta frecuencia la red social Facebook para informarse sobre acontecimientos o noticias relacionadas a la política en la campaña electoral 2018. En general, accedían a todo tipo de información y publicaciones tanto de medios informativos como de otros usuarios. También manejaban esa información compartiéndola, respondiendo comentarios, redireccionándose a otros sitios, entre otras.

Fue una constante escuchar quejas de que resultaba cansado y molesto ver cómo las publicaciones que hacían algunos medios de información en Facebook, por ejemplo *crhoy.com*, generaban todo tipo de roces y ofensas entre las personas, lo que hacía que algunos prefirieran no participar en estos espacios más que como observadores. Algunas personas de las que colaboraron con las entrevistas aseguraron que, en cierto momento procedieron a cerrar sus cuentas debido a que era cansado ver tanta discusión entre las personas por asuntos relacionados con el matrimonio igualitario, religión, entre otros.

Lo anterior mencionado resalta la versatilidad que poseen las redes sociales como Facebook, en donde existe una interacción de usuarios con una diversidad de posibilidades.

⁹¹ *Ibid*, 624.

Esto se puede ver reflejado en un apoyo entre pares a través de memes y reacciones de comentarios o caso contrario un ambiente violento de discusión que puede llevar incluso a escenarios de ciber-acoso ante alguna discrepancia, las posibilidades son múltiples.

Por tanto, a pesar de que estos espacios virtuales pueden ser catalogados como medios educativos informales, se enfrentan a una serie de problemáticas relacionadas con la información tales como el amarillismo y las noticias falsas, confrontaciones, entre otros. Resulta necesario que los usuarios tengan herramientas que les permitan estructurar mecanismos a su favor para evitar este tipo de situaciones conflictivas en la era de la información.

En ese sentido el pensamiento crítico, podría contribuir como un proceso de aprendizaje que permite a los usuarios desarrollar mecanismos para la prevención de situaciones en las redes sociales, también como una herramienta de acción en la resolución de problemas y la toma de decisiones. Es fundamental considerar estos elementos ante las situaciones que se presentan en las redes sociales, en las que hay usuarios conflictivos, fuentes de información variadas, espacios de discusión con personas muy diferentes entre sí y convicciones ideológicas diversas, todo esto implica que muchos de los usuarios encuentren dificultades en estos espacios de socialización virtual.

Por ello, el pensamiento crítico resulta una necesidad educacional para las nuevas generaciones, debido al contacto tan temprano que están teniendo los jóvenes con las redes sociales como Facebook. De esa forma, generar los insumos necesarios que permitan a largo plazo prevenir problemáticas relacionadas con el acceso y manejo de información digital.

Todo lo anterior se puede reforzar desde los salones de clase, pensando en las nuevas generaciones que serán los futuros usuarios de estos espacios virtuales, tal y como planteó Gabriela López, la misión de la escuela no es tanto enseñar al alumno una multitud de conocimientos que pertenecen a campos muy especializados, sino, ante todo, aprender a aprender, procurar que el alumno llegue a adquirir una autonomía intelectual.⁹² De manera, que estos insumos favorezcan el aprendizaje en espacios educativos informales.

⁹² Gabriela, López Aymes. “Pensamiento crítico en el aula”, *Docencia e Investigación* (España) 22 (enero-diciembre, 2012): 42.

A partir de las anécdotas planteadas por los colaboradores de la investigación, el pensamiento crítico resulta ser una herramienta funcional ante muchas de las situaciones expuestas, algunas características que menciona López son la curiosidad, preocupación por estar informado, ser preventivo, con indagación razonada, flexible para considerar opiniones y alternativas, comprensivo de la opinión de otros, imparcial en valorar razonamientos y honesto para enfrentar sus prejuicios, estereotipos o tendencias egocéntricas.⁹³

En espacios como las redes sociales, estas características pueden hacer que un pensador crítico, pueda tener un proceso de razonamiento ante situaciones particulares, generar mecanismos de prevención y posicionarse para la toma de decisiones. De esta forma evitar problemáticas complejas respecto a la información, el debate y la interacción con una gran variedad de usuarios con los que se intercambia conocimiento y criterios.

En este apartado sobre el acceso y manejo de información digital, el caso de la segunda ronda electoral demostró lo compleja que puede ser la dinámica de la información. Estos espacios generan diferentes situaciones que hacen que los usuarios deban confrontar su conocimiento, así como los mecanismos que se emplean para la resolución de problemas. Para este contexto la información representó una constante en el debate político, muchos de los colaboradores mencionaron situaciones relacionadas con las emociones, la veracidad de las fuentes de información, las reacciones y comentarios de otras personas, así como procesos reflexivos sobre implicaciones que podría generar el tomar una decisión.

En resumen, el pensamiento crítico puede ser una respuesta educacional en las personas usuarias de las redes sociales, permite confrontar las situaciones planteadas a través del razonamiento y la búsqueda de soluciones a los problemas, los colaboradores mostraron algunos casos sobre los escenarios a los que pueden estar expuestos en redes sociales. De manera que el pensamiento crítico pretende ser una herramienta que ayude a los usuarios a tener experiencias virtuales que eviten riesgos, construya nuevos conocimientos y proponga soluciones ante diversas situaciones.

La educación debe ser una herramienta que propicie el fortalecimiento de estos saberes, que fomenten una autonomía intelectual, que se vea fortalecida en la indagación, la

⁹³ *Ibid*, 47.

exploración de ideas y la resolución de problemáticas de la actualidad. Esa debe ser la línea que permita la construcción y participación de las personas en entornos virtuales, un proceso de reflexión que permita brindar soluciones, y que en el caso de la segunda ronda electoral buscó a través de la participación y el activismo político, generar alternativas para el acceso y manejo de información digital.

Capítulo V

Una propuesta desde la experiencia del activismo de Coalición Costa Rica para una reflexión crítica sobre el uso de redes sociales como Facebook

Este último apartado presenta la reflexión final sobre el proceso que se ha realizado durante esta investigación. Este capítulo final presenta el interés por comprender la dinámica del uso y manejo de la información digital en Facebook, así como el activismo político realizado durante la segunda ronda electoral en el 2018. Además, muestra cómo este tema es importante en la educación costarricense, en especial en las asignaturas de Estudios Sociales y Educación Cívica desde una propuesta didáctica realizada a estudiantes universitarios.

Después de comprender la era digital y la red social Facebook, asimismo, contextualizar el tema con los procesos electorales 2014 y el 2018 para entender como ha sido la dinámica del acceso y manejo de la información, así como el activismo político. Este apartado ofrece un análisis final sobre la inquietud que ha tenido esta investigación desde el inicio. Cómo ha sido el acceso y manejo de la información durante la segunda ronda electoral 2018 y el activismo político tomando como caso el grupo Coalición Costa Rica.

Además, se presenta una síntesis de la experiencia de la investigación sobre el grupo Coalición Costa Rica desde un espacio de reflexión sobre el acceso y manejo de la información en redes sociales con estudiantes universitarios. Esto con el fin de llevar una socialización del tema en estudio con personas que han estado en el sistema educativo costarricense, por tanto, lo teórico se vuelve más vivencial y con las aportaciones se aborda inquietudes que tiene la población en general.

El acceso y manejo de la información digital generado por el grupo coalición Costa Rica en la red social Facebook incidió en el activismo político durante la segunda ronda 2018

Para abordar este apartado, se implementó una entrevista no estructurada a un especialista que sobre la dinámica de información y sus retos. El Dr. Ignacio Siles, investigador de la Universidad de Costa Rica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva observó a profundidad el papel de las redes sociales, en especial la red social Facebook. En una entrevista realizada a Siles, él comentó que la complejidad de las redes

sociales como Facebook hace que sea muy difícil entender la dinámica del acceso y manejo de la información. Ciertamente, estamos en una era donde el acceso es mayor e incluso países como Costa Rica el alcance es casi total en toda la población, como bien se ha señalado en el capítulo primero.

El punto radica en cómo esta información está siendo recibida y manejada por las personas. Para Siles, Facebook es una red tan compleja que se vuelve difícil de entender incluso cómo se procesa los algoritmos y los datos a la hora de presentársele a los usuarios. Esto limita la comprensión sobre cómo fue la dinámica del proceso electoral, en el caso de Costa Rica. Pero es un hecho que hubo tanto información cierta como información falsa en ambas rondas electorales. Y eso deja claro que las personas podrían haber asumido una verdad de una noticia falsa o *fake news*.

“En comparación, las normas que rigen el universo de la información de Facebook son exasperadamente opacas y parecen cambiar casi cada día. Si publicas una actualización, tus amigos pueden verla o no, igual que tú puedes ver las suyas, o no. (Esto sucede incluso en la opción “Más recientes”, de las que muchos usuarios aceptan que se muestren todas las actualizaciones, y no lo hace).”⁹⁴

Lo anterior demuestra que estas normas de Facebook hacen que no haya una comprensión de cuáles publicaciones podría estar recibiendo cada usuario, incluso cuáles les llega como prioridad y cuáles son secundarias. Pero el asunto se vuelve más hostil al existir publicaciones que son falsas dentro del universo de Facebook. Entonces, las personas podrían estar recibiendo información de todo tipo de procedencia y la determinación en cómo manejarla queda en manos del usuario.

En una de las preguntas que se realizó a Siles, se le consultó sobre los retos sobre al acceso y manejo de la información. A lo que responde:

“Para mí sigue siendo un reto y es como el gran dilema de Facebook entre... no quiera dar su secreto tecnológico y ser más transparente los mecanismos que uno le hace que llegue la información que le llega, que el Facebook tiene el valor que tiene en el mercado pero que no revela de esos secretos profesionales y comerciales, lo que son completamente comprensibles. Solo que, eso tiene

⁹⁴ Eli Pariser, *“El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos”*. (Madrid: Random House Editorial), 2007, 222.

implicaciones democráticas, por ejemplo, implicaciones como nosotros donde el 70% de la población dice que se informa ahí y no saber cómo llega la información que te llega y por qué lo que te llega tiene implicaciones.”⁹⁵

Siles resalta⁹⁶ que en estas implicaciones democráticas que tiene Facebook en cualquier sociedad, provoca que haya incertidumbre en cuanto al manejo de la información. Él reconoce que todas las personas no tienen las mismas habilidades cognitivas y sociales a la hora de procesar la información. Lo que ocasiona una vulnerabilidad⁹⁷ en cuanto a la información que recibe cada persona, la cual se produce tal y como lo menciona el autor, por la gran cantidad de personas que utilizan este medio para informarse y que no se conozca de manera exacta como llega la información a las mismas, debido a los algoritmos que utiliza esta plataforma. Y partir de esta vulnerabilidad también se genera otros problemas como violencia y odio entre posiciones contrarias. Por ejemplo, algunos de los entrevistados en esta investigación afirmaron que el ataque entre ambos bandos durante la segunda ronda fue muy violento y muchos optaron por no leer publicaciones o comentarios de las publicaciones en Facebook. Incluso, posibles noticias falsas pudieron ser parte de discusiones de violencia.

“El dominio de las tecnologías de la información y el manejo de la información requieren de destrezas intelectuales como la comprensión, el hallazgo, la evaluación y la utilización de este por medio del discernimiento y el raciocinio.”⁹⁸

Sin ninguna duda, se requiere de un manejo adecuado de la información que se recibe de cualquier medio, en este caso de la red social Facebook. No obstante, las herramientas posibles de discernimiento y raciocinio que menciona la autora se deben enseñar, de lo contrario, los usuarios estarán expuestos tanto a la información como a la desinformación. Por

⁹⁵ Entrevista a Ignacio Siles realizada en San José, 11 de enero, 2019.

⁹⁶ Siles menciona que un 70% las personas utilizan las redes sociales para informarse. Sin embargo, según el informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica realizado en noviembre del 2018 por el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) de la Universidad de Costa Rica, corresponde a un 62 % de las personas encuestadas. Ronald Alfaro Redondo et al, "Informe de resultados del Estudio de opinión sociopolítica realizada en noviembre de 2018", *Centro de Investigación y Estudios Políticos CIEP* (Costa Rica) (Noviembre 2018): 22. URL: <https://ciep.ucr.ac.cr/sites/default/files/Informe-encuesta-CIEP-21-de-NOVIEMBRE-2018.pdf>

⁹⁷ Esta conceptualización de vulnerabilidad fue defendida en la presentación del anteproyecto y diseño de la investigación ante la Comisión de Trabajos Finales de Graduación en octubre del 2018.

⁹⁸ Lilia Cárdenas de Fernández. Competencia en el manejo de la información mediante la utilización de las TIC. *Revista Bibliotecas*. 29, n. 1, 2011, 5. *Bogotá: Red Universidad Nacional de Costa Rica*, 2011. URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3204000&query=manejo+de+la+informaci%C3%B3n#>

tanto, sería la educación la que podría ayudar a poseer mecanismos necesarios a la hora de recibir cualquier publicación o noticia de las redes sociales digitales.

Siles está convencido que Facebook tiene una gran deuda con los países en cuanto al uso que está haciendo con la información mundial. Si bien, esto será competencia de los países en exigir a las compañías como Facebook ser más transparentes en el uso de la información tanto privada como pública. Será competencia de los responsables de la educación ofrecer estrategias para que las personas puedan acceder y manejar de la forma más correcta la información en redes sociales digitales. La ciudadanía actual está vinculada enormemente con la era digital. Por tanto, desde los Estudios Sociales y la Educación Cívica se debe hacer ese enlace, entre los temas políticos y ciudadanía con la era digital. El siguiente apartado mostrará que este vínculo se ha vuelto más común de lo que se pensaba, principalmente cuando se habla de activismo político en redes sociales.

Activismo político en redes sociales

En las entrevistas realizadas a personas que se unieron al grupo Coalición Costa Rica por Facebook, existieron diferentes posiciones sobre dicha colectividad. Incluso, no todos ni todas le siguieron de la misma manera, muchos solamente se consideraron observadores de la agrupación y otros fueron participantes activos en las diferentes manifestaciones que se dieron de forma pública. Esto deja claro que, si se definiera al grupo Coalición como activismo político sería importante considerar que la dinámica fue más compleja de lo que se podría imaginar como para verlo desde una sola óptica sociopolítica. Una de las diferencias es que:

“Los nuevos movimientos sociales se apropian de Internet de forma destacada. La Red satisface las necesidades de los nuevos movimientos en mayor medida que las de otros actores –como gobiernos y empresas– ya que su estructura descentralizada, horizontal, multidireccional y abierta es coherente con los valores de los nuevos movimientos. Esta adecuación es a la vez fruto de la influencia de los valores de los movimientos en el desarrollo de Internet.”⁹⁹

⁹⁹José Candón Mena. Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2009, 17, URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3196090&query=activismo+pol%C3%ADtico+en+la+redes+sociales#>

Ciertamente, los movimientos sociales en las redes sociales hacen que sea muy diferente al contexto de los movimientos sociales como se hacían hace unas décadas atrás. Lo que supone que el activismo político no podría ser el mismo. Como bien lo desarrolla Candón, el proceso se vuelve más horizontal y multidireccional e incluso se conforman nuevos movimientos. Ya se ha mencionado que el grupo Coalición Costa Rica no fue planeado y tampoco fue conformado a través de un proceso, sino que éste logra una gran popularidad porque muchos y muchas se identificaron con sus ideales y eso supuso la adhesión de miles¹⁰⁰ de personas en pocos días. Pero el grupo Coalición Costa Rica no se puede entender sin la era digital y sin Facebook, esto la hace muy diferente de los movimientos sociales que nacieron en espacios públicos tangibles.

¿Pero se podría definir al grupo Coalición Costa Rica como activismo político?

“El enfoque del comportamiento colectivo mantiene el componente psicosocial, considera la movilización como un impulso común e irracional resultado de la desintegración o de la interacción social y, aun cuando establece diferencias entre los movimientos y otras formas de comportamiento colectivo, comparte un mismo marco analítico para fenómenos dispares.”¹⁰¹

Lo que sí se tiene claro es que el comportamiento de las personas del grupo Coalición Costa Rica mantiene la misma intención de cualquier otro colectivo político. Hay una necesidad de atraer votantes para un partido político porque hay rechazo total al partido opositor. Aunque son personas de distintas ideologías políticas, tiene en común el tema de los derechos humanos, en especial los sexuales, y existe una preocupación por el arribo de un partido confesional a la presidencia. Por tanto, hay un ideal en común que permite que se conforme como un movimiento social, en este caso desde una red social digital específico, para alcanzar un objetivo particular. En la entrevista a Siles él indica que:

¹⁰⁰ Sofía Chinchilla C. “¿Qué es el grupo Coalición Costa Rica?”, *La Nación*, 7 de febrero de 2018, URL: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/que-es-el-grupo-coalicion-costa-rica/CAKPAW6VJ5BRPEGQG4FUJF66PO/story/> Según algunos datos de La Nación en su edición digital del miércoles 7 de febrero del 2018, el grupo Coalición sumaba 229.300 miembros para ese día alrededor de las 5:30 p.m. Según el periódico dicha agrupación se había conformado a las 6:30 p.m. del lunes 5 de febrero como un grupo en Facebook. Desde sus inicios, la intención de esta agrupación fue su rechazo a las posturas del candidato Fabricio Alvarado del PRN, principalmente en temas de derechos humanos, el grupo buscaba la movilización de las personas para que votaran por Carlos Alvarado del PAC.

¹⁰¹ Candón, 30.

“A veces uno piensa o cree que, al enfocarse en cosas tan digitales, se invisibiliza el trabajo que han hecho personas por muchos años al lograr cambios muy sustantivos. Ahora al mismo tiempo, este tipo de movimientos hacen que sean más efímeros, más emocionales, pero les dan más amplitud a algunas causas. También uno podría preguntarse si habría logrado alguna causa, eh, algún cambio sin esto, una por la otra supongo”.¹⁰²

El grupo Coalición Costa Rica tuvo un impacto social porque existía una preocupación emocional en muchas personas que no compartían los ideales de Fabricio Alvarado. Lo indicado por Siles, reafirma que el grupo nace de las emociones como ha sucedido en muchas manifestaciones sociales, pero deja claro que existen causas que han llevado a la conformación a este nuevo movimiento social. La diferencia con el activismo tradicional es que podría no consolidarse en un movimiento fuerte sino no se pasa de los intereses emocionales a acciones concretas. En el caso Coalición Costa Rica hubo un objetivo, llevar al poder a Carlos Alvarado. Si solo fue ese su interés, se logró, pero en las entrevistas a los fundadores, ellos afirman que su intención es continuar como agrupación. Por lo que la tarea se torna más difícil sino se logra vincular su activismo en Facebook con un activismo más materializado.

“Las reuniones cara a cara y las manifestaciones callejeras pueden contrarrestar la dispersión en que deriva un movimiento digital cuando su protesta empieza a desplegarse en diversos sitios y se multiplica con los comentarios de los usuarios. Al traer a los usuarios al mismo lugar físico, se fortalecen los sentimientos de pertenencia, convirtiendo al sujeto colectivo en una realidad tangible, algo que es más difícil de lograr que en la actividad online.”¹⁰³

Si bien, el grupo Coalición Costa Rica tuvo encuentros nacionales y locales de forma presencial, esto no quiere decir que se hayan reunido a la totalidad o a un porcentaje mayoritario de las personas que formaban parte del grupo en Facebook. Una de las colaboradoras¹⁰⁴ afirmó que en su cantón se conformó un grupo con intereses muy similares a Coalición Costa Rica, pero que su conformación no fue producto de dicha agrupación. Luego se unieron con Coalición para trabajar en conjunto. Ahora bien, no es lo mismo adherirse a un movimiento que se reúna de forma regular en un lugar específico que hacerlo de forma digital

¹⁰² Entrevista a Ignacio Siles.

¹⁰³ Millaleo y Cárcamo, 17.

¹⁰⁴ Ver Entrevista semi estructurada.

en Facebook, salvo a los grupos locales que se reunían regularmente y se unieron posteriormente a Coalición Costa Rica. En todo caso, no existe una realidad tangible con esta agrupación, como señalan Millaleo y Cárcamo, la persona no se siente en la necesidad u obligación de participar en las manifestaciones que Coalición Costa Rica convocaba en algún lugar concreto, por tanto, podría no existir un sentimiento de pertenencia. A pesar de esta situación:

“En el caso de los medios sociales, los últimos cinco años nos han mostrado un incremento de las iniciativas de activismo digital que emplean Internet, introduciendo plataformas abiertas y colaborativas, donde el usuario es el factor fundamental para la producción, difusión y compartición de contenidos. En este sentido, las características de la web libre y abierta que favorecen las plataformas de los medios sociales han ido desplegando el repertorio digital de contestación de los movimientos sociales.”¹⁰⁵

La forma más correcta de referirnos al grupo Coalición Costa Rica es un activismo digital, como puntan los autores. Existe una gran producción, difusión y compartición de contenidos y así lo hizo Coalición Costa Rica desde el principio. Incluso, conformaron un logo propio, música propia e imágenes con contenido publicitario para promoverse en las redes sociales. Si bien, su inicio se gestó en WhatsApp y Facebook, esta se abrió a otras redes sociales digitales como Twitter o Instagram. Hay una gran apuesta por la imagen, lo que la volvió más popular. Esto conllevó a que tuviera importancia en el proceso electoral y que los medios de comunicación empezaran a hablar del grupo. Lo anterior no quiere decir que su alcance sea constante y que mantenga la misma dinámica del activismo político tradicional, dejando claro que existen grandes diferencias entre ambas. Por otra parte:

“En cuanto a la eficacia para fomentar las relaciones, solidaridad, compromiso y capital social –la protesta como recurso- las acciones on-line pueden tener un menor efecto que las acciones en la calle ya que la comunicación por Internet no puede compararse al contacto físico y a la motivación, afectividad o empatía de una experiencia de acción colectiva en el espacio público. El ciberactivismo es un nuevo campo de experimentación de la acción colectiva en el que los movimientos experimentan constantemente y sobre el cual aún hay mucho por innovar”.¹⁰⁶

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ Candón, 285.

Candón explica que el “ciberactivismo”, como él lo cataloga, no podrá sustituir al activismo que necesita del contacto físico y la motivación e incluso de la afectividad que se hace dentro de un espacio público. Si bien, el ciberactivismo es un nuevo campo de estudio que debe ser más investigado, éste no deja de ser ya una realidad dentro de la sociedad contemporánea. Ahora bien, el campo que compete esta investigación es dentro de la educación, lo que lo hace más cuidadoso su comprensión. En otras palabras, compete a la educación actual discutir estos temas, principalmente cuando involucra a las y los adolescentes y jóvenes. Es decir, el papel fundamental sobre cómo se está llevando a la discusión estos temas a las y los estudiantes, si es que se está haciendo.

No puede quedar aislada la era digital, -en específico las redes sociales- con los procesos políticos contemporáneos. Las personas jóvenes e incluso los adultos están inmersos en estos nuevos espacios virtuales y deben comprender que los posibles activismos que nacen desde esta realidad se distinguen mucho de los activismos tradicionales. Los ciberactivismos podrían facilitar a los movimientos sociales a tener mayor alcance en la sociedad, pero éstos deben estar vinculados a los espacios públicos, de lo contrario, podrían quedar en una simple realidad virtual donde nada es tangible y concreto.

Lo anterior, es reafirmado por Elena Gil Moreno en la siguiente cita:

“Con este panorama tecno político es relativamente fácil caer en la premisa de que todos los cambios sociales a los que estamos asistiendo se deben principalmente a Internet y las nuevas tecnologías. La perspectiva del determinismo tecnológico está cada vez más extendida en nuestras sociedades. Este excesivo optimismo respecto a las nuevas tecnologías es denominado por César Rendueles como ciberfetichismo.”¹⁰⁷

Por tanto, se está demostrando que el gran impacto de la información que se está generando en las redes sociales y otros espacios virtuales no está sustituyendo a los movimientos sociales en espacios públicos. Determinar a los movimientos sociales virtuales como las nuevas luchas sociales, creyéndose que va a tener más alcance y más auge es caer

¹⁰⁷ Gil Moreno, Elena. Nuevos activismos sociales en la era digital: de las masas al “crowd”. *Política y Sociedad* (España) 54, n.1 (2016). 191-208: 196. DOI: <https://doi.org/10.5209/POSO.48914>.

un “ciberfetichismo”¹⁰⁸ donde se cree que la tecnología sustituye todo lo anterior a la era digital.

Finalmente, no se puede emplear estas ideas sobre el determinismo por la tecnología, se debe contemplar un balance entre todas las manifestaciones del activismo permitiendo un amplio espectro de acción, facilitando un entorno más activo y holístico que pueda solventar y construir espacios más propositivos. De esta forma contrarrestar la idea en contextos como las redes sociales digitales, por ejemplo, Facebook, donde se cree que hay un gran activismo representativo gracias al aporte de la era digital, descartando de otros espacios de manifestación social.

La experiencia de la investigación sobre el grupo Coalición Costa Rica como un espacio de reflexión sobre el acceso y manejo de la información en redes sociales

A través de esta investigación, han surgido una serie de interrogantes respecto al acceso y manejo de información digital. Los espacios digitales no solo transformaron el contexto de socialización, sino, la forma en como las personas generan en la actualidad diferentes formas de interacción entre sí, mediante las redes sociales digitales como Facebook. Ante esta situación, se planteó la necesidad de contribuir con un espacio de reflexión que posibilitara realizar una puesta en perspectiva de la temática en cuestión. Para ello, se estableció la aplicación de un taller afín sobre el acceso y manejo de información, realizado el día 9 de abril de 2019. Su aplicación se dio a partir de la colaboración de un grupo de estudiantes de la Universidad Nacional de Costa Rica.

La selección del grupo de colaboradores para el Taller que se impartió fue pensado a partir de una serie de posibles características tales como: ser jóvenes universitarios vinculados con el reciente proceso electoral, usuarios de redes sociales como Facebook, que al ser estudiantes de una universidad pública tuvieron diferentes lugares de procedencia, además de que por visiones académicas estuvieran vinculadas con todo el contexto de la segunda ronda electoral 2018, además de una noción de la agrupación Coalición Costa Rica.

¹⁰⁸ Para ahondar sobre el ciberfetichismo, Gil Moreno, citando a César Rendueles mencionó que “el ciberfetichismo es ese amplio frente internetcentrista cuyos cuarteles generales están en Silicón Valley. Los ciberfetichistas otorgan gran importancia a la tecnología, pero, a tenor de sus argumentos, su influencia emana mágicamente de ella”. Ver: Rendueles, C. “*Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*”, Madrid, Capitán Swing Libros, 2013.

Estas características establecidas para su selección nos darían un escenario previo en función de poder identificar la problemática en estudio a partir de los colaboradores y su relación con las redes sociales digitales como Facebook. Además, aprovechando su experiencia como usuarios de redes sociales -y en su mayoría votantes- contextualizar el escenario político de la segunda ronda electoral 2018, mediante la socialización en el taller.

Para el taller en cuestión se utilizó el estudio de caso como estrategia didáctica, fragmentando de esta manera la temática en cuatro ejes de trabajo. Esta estrategia es considerada como aquella metodología en la cual el investigador o los investigadores conocen de una realidad y se tratan de acercar a la misma, independiente de la postura de esta, los estudios de caso pueden ser por las variables de cantidad de casos (simple o múltiple), unidades de análisis (holístico o detallado), objetivo de la investigación (descriptiva, demostrativa, generativa); y temporalidad (diacrónica, sincrónica).¹⁰⁹

Para el caso del taller aplicado, dentro de la metodología del estudio de caso se enfocó hacia el estudio de casos múltiples para conocer de manera amplia la realidad del acceso y manejo de información en la contienda electoral del año anterior. Ya que una de las finalidades de este tipo de estudio de caso fue el de explorar, describir, explicar, evaluar o modificar las percepciones de los participantes del taller. Un factor importante en los casos múltiples es la elección de los casos de estar en función a la importancia o revelación que cada caso, en concreto puede aportar al estudio en su totalidad, y no a la rareza de estos.¹¹⁰

Es importante destacar la funcionalidad del estudio de caso, porque permite estructurar un tema general a través de diferentes problemáticas, de manera que los usuarios van progresivamente construyendo el contenido y asimilando su relación con los casos planteados por los diferentes participantes. Los tópicos elegidos para su implementación fueron las *fake news*, el amarillismo en los medios de comunicación, Facebook y la política, además del activismo político en redes sociales.

¹⁰⁹ Wilmer Orlando López González, “El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa”, *Educere* (Venezuela), 17, n. 56 (enero-abril, 2013), 139-144: 140, URL: <https://www.redalyc.org/html/356/35630150004/>

¹¹⁰ *Ibid*, 141.

Imagen 1

Participación de colaboradores del taller El acceso y manejo de la información en la red social Facebook



Fuente: Fotografía tomada del taller “El acceso y manejo de la información en la red social Facebook”, realizado el 9 de abril del 2019. Archivo personal.

Caso 1: Fake News

El caso empleado para el grupo número uno, utilizó la temática de las *Fake News*. Se emplearon tres imágenes que abordaban los siguientes asuntos: Una publicación afirmando la existencia de fraude electoral en la segunda ronda con motivo del conteo de votos, un segundo caso sobre fraude afirmando que analistas internacionales testificaron un fraude por parte del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y finalmente una imagen que fue empleada en el año 2018 de unos supuestos nicaragüenses quemando una bandera de Costa Rica en el conflicto que ocurrió en el Parque de la Merced en la ciudad de San José.

Para el caso de las noticias empleadas, dos de las mismas traían el logo de la propuesta del periódico La Nación denominada: “No Coma Cuento”, que se creó con la finalidad de atacar la problemática de la desinformación en redes sociales, por tanto, el logo de la campaña afirma que el contenido expuesto es una *fake news*. En ese sentido, a través del taller empleado

se buscó a partir del material facilitado, establecer un diálogo sobre las evidencias que dejó los recursos utilizados.

Mediante la participación de los colaboradores, se señalaron algunos puntos relevantes sobre el tema de las *fake news*. Una de las preguntas significativas al respecto estuvo relacionada sobre si los espacios en redes sociales como Facebook facilitan este tipo de fenómenos. Los colaboradores afirmaron que las personas no poseen mecanismos para resistir los embates de información masivos y quedan al descubierto ante este tipo de fenómenos digitales. Además, mencionaron la necesidad de que las persona posean una “etiqueta de internet” en estos espacios virtuales.

Por otra parte, un segundo aspecto que se consideró estuvo relacionado sobre sugerencias y posibilidades para revertir, contextos como el analizado. Los colaboradores generaron aportes, vinculados a dos áreas en específico. En primera instancia desde la educación, estableciendo la necesidad de incentivar mecanismos que permitan desde temprana edad prevenir este tipo de fenómenos, esto en función de las facilidades de acceso que poseen los niños que permite que compartan información desde cuentas falsas en redes sociales y manejen información de todo tipo mediante el anonimato, así como una población adulta que no posee mecanismos preventivos.

En segunda instancia, los colaboradores proponen la responsabilidad en los usuarios, establecen la idea de “combatir fuego con fuego”, es decir que, si se observa a un usuario compartiendo información falsa, los mismos usuarios puedan revertir la problemática mediante la difusión de información que evite la propagación o legitimación de dichas *fake news* -noticias falsas-, es decir una educación digital entre los mismos que permita solventar el problema.

Tomando en consideración lo mencionado por los colaboradores, el tema de las *fake news* permite poner en perspectiva las posibilidades alrededor del acceso y manejo de información. Los usuarios que utilizan redes sociales en muchas ocasiones no poseen mecanismos para distinguir una noticia falsa de una legítima, quienes difunden estas noticias han desarrollado diferentes mecanismos para dar estética a páginas, imágenes o publicaciones que permite transmitir un mensaje que genere mucha credibilidad.

Los aportes de los colaboradores en esta actividad generaron insumos importantes relacionados con la necesidad de que los usuarios tengan una educación digital en internet, así como una etiqueta de formalidad que permita que dicha socialización en redes sociales sea más efectiva. Proponen alternativas mediante el sistema educativo que fomenten desde temprana edad el uso responsable de internet y evidencie los peligros que pueden existir alrededor de la información y los contenidos a los que se accede.

Finalmente, es importante también la cuota de responsabilidad de los usuarios ante estos fenómenos. Los colaboradores del taller mencionaron la importancia de que la comunidad de internet pueda generar mecanismos para combatir las noticias falsas. De esa forma, así como compartimos publicaciones o entablamos debates, también podemos sugerir fuentes confiables o simplemente señalar cuando una noticia es falsa. De esa manera limitar su propagación en medios digitales y hacer un llamado a ser precavido con los contenidos que se comparten.

Caso 2: Amarillismo en los medios de comunicación (Facebook)

Por su parte, el caso número 2 empleado en la actividad, contempló en su contenido el amarillismo a través de los medios de comunicación en la plataforma de la red social Facebook. Mediante ejemplificaciones en medios de comunicación, se buscó problematizar el tema del amarillismo, se tomó en consideración noticias con titulares tendenciosos que pueden generar la motivación inmediata de muchas personas de entrar en discusión en alguna publicación. No obstante, a nivel del taller se busca visualizar la percepción de los partícipes sobre el tema y las contribuciones que se puedan establecer a través del tema.

Para contextualizar la lógica del material expuesto para la actividad del taller. El primer planteamiento se dio mediante una publicación de Diario Extra, que se empleó como ejemplo para exponer el amarillismo, bajo el titular “Ticos tachan educadores de vagabundos”, junto con un texto que expone el contenido real de la noticia. El segundo planteamiento utilizó la publicación del periódico la nación.com, con el titular “El 52% de los docentes del MEP reciben un salario mayor a 1 millón de colones al mes”, junto con un comentario en la publicación comparando dicho porcentaje con el 60% de los hogares en Costa Rica.

Finalmente, la tercera imagen busca caricaturizar mediante un término que se relaciona con el amarillismo en internet denominado “*Clickbait*”, se entiende como el titular de una noticia que no responde a los criterios periodísticos tradicionales y cuyo objetivo final es mantener al receptor en la página el mayor tiempo posible, no informar.¹¹¹ En esta se ven dos peces satisfechos con el contenido expuesto en dos noticias de medios de comunicación diferentes en relación al tema de la huelga nacional de los sindicatos, estos peces simbolizan a los usuarios en redes sociales a la hora de leer una noticia en donde se inclinan fácilmente por una versión de los hechos. Diario Extra que afirmó que el gobierno suspendió dicha reunión, mientras que La República mencionó que dicha acción se realizó por parte de los sindicatos.

En términos de la plenaria los colaboradores identificaron los elementos esenciales sobre el amarillismo, mencionan que en los tres casos era recurrente la utilización de ciertas palabras, algunos elementos a nivel de contenido hacen referencia que el contenido de la noticia no tenía relación directa con el titular. Además, en el contexto de la red social establecieron aspectos como las reacciones en la publicación como una forma de expresión de descontento respecto al titular de la noticia.

Los aportes generados por parte de los colaboradores de la actividad para esta problemática toman en consideración en primera instancia, el contexto de la caja de comentarios en las publicaciones. Hacen referencia que una solución ante el tema del amarillismo y el desinterés de las personas a leer el contenido completo de la noticia se puede revertir con la información real de la noticia que evidencie el fenómeno, es decir usuarios que lean la noticia y puedan solventar el problema informativo compartiendo información verás.

El principal conflicto que relacionan los colaboradores con el fenómeno reside en la legitimidad que provocan los grandes medios de comunicación con la información que se difunde mediante sus publicaciones. Señalan que las personas no cuestionan ese tipo de titulares por la confianza que les genera un medio de comunicación en particular, de ahí la

¹¹¹ Berta García Orosa et al. “El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea”, *Revista Latina de Comunicación Social* (España) 72 (2017), 1261-1277: 1265. URL: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1218/68es.html>

facilidad de alinearse discursivamente con el titular de la noticia, no cuestionarlo y publicar directamente al calor de la lectura rápida que se genera.

Por tanto, en lo que respecta al segundo caso, podemos establecer que la problemática del amarillismo sigue representando una constante de la problemática de información y que es llevada a nuevas formas de comunicación, como lo son las redes sociales. Su intención no es otra que generar una reacción inmediata a partir de un titular controversial y bien estructurado que permita exaltar emociones en las personas. No obstante, es fundamental entender que en lo que respecta con el acceso y manejo de la información, este tipo de noticias provoca un efecto importante en las personas.

Muchos usuarios de las redes sociales han desarrollado mecanismos de inmediatez en cuanto al acto de informarse, pero, no profundizan en el contenido informativo y se dejan llevar por estos titulares tendenciosos creados por los medios de comunicación para construir “nociones” sobre lo que está pasando en un escenario en particular. Al contextualizar esta situación en una contienda electoral, hace pensar sobre las implicaciones que pueden generar estas fuentes de información en torno a la toma de decisiones de los usuarios y el tipo de fundamentación en la que se basan para construir su criterio respecto sobre una noticia, además en términos del manejo de información que se puede generar con la difusión de estos materiales con otras personas.

Caso 3: Facebook y la política

Para esta ocasión se le entregó al subgrupo una noticia publicada en la red social Facebook por crhoy.com durante la campaña electoral 2018. El titular afirmaba que el padre espiritual de Fabricio Alvarado consideraba la negrita como un demonio y mostraba una fotografía del candidato presidencial con el pastor Ronny Chávez. La noticia, además de ser controversial, parecía golpear fuertemente la imagen de un candidato político en un momento importante de la campaña.

Al igual que en los otros casos, se les pidió a los colaboradores leer el material que incluía la noticia completa y algunos comentarios posteados por distintos usuarios en la red social Facebook. Los estudiantes del subgrupo analizaron el caso y posteriormente tuvieron

espacio de tiempo para compartir sus opiniones, interpretaciones, y hasta sugerencias en relación con el caso de la noticia publicada por el medio crhoy.com.

Al momento de la plenaria los estudiantes señalaron como una problemática, la manipulación de la información por parte del medio de comunicación que publicó la noticia, pues en muchas ocasiones sirven a los intereses de ciertos grupos de poder. Aseguraron que les llamó la atención que se considerara al candidato como un demonio y definieron la noticia como un ataque con tinte político. Uno de los elementos que les pareció interesante fue ver como en Facebook también reciben ataques los medios de comunicación por parte de personas que no están de acuerdo con el tipo de periodismo o publicaciones que realizan.

Además, se mostraron interesados por la cantidad de comentarios, arremetidas contra los candidatos políticos y la frecuencia con que las personas se atacan u ofenden por cualquier desacuerdo relacionado con el contenido de una publicación. Por último, cuando se les preguntó sobre como revertir o solucionar muchas de estas situaciones sobre manipulación de información de los medios en redes sociales, indicaron que en cada persona está el poder de decidir sobre si compartir o no una publicación, y que a veces las personas son perezosas y no se toman el tiempo para investigar o corroborar la información que reciben.

Todo lo anterior refleja una preocupación de las personas participantes por la manera en que las noticias se están compartiendo en la red social. Es comprensible que los colaboradores percibieran cierto grado de manipulación debido a que se intentó hacer ver a Fabricio Alvarado como una persona enemiga de quienes creen en la virgen, aumentando la polarización ideológica que ya existía en el contexto electoral 2018. Los estudiantes que analizaron este caso son conscientes de la problemática que existe en las redes sociales y muchos incluso han experimentado situaciones que los hacen sentirse identificados con este problema como anécdotas personales.

Caso 4: Activismo en Facebook

Para este caso se les entregó a los estudiantes un material sobre la opinión consultiva que se le realizó a la Corte Internacional de Derechos Humanos sobre el matrimonio igualitario en Costa Rica. La noticia instaba a reconocer los derechos de las personas del mismo sexo y eso generó diversas reacciones en medio de la campaña electoral 2018.

Facebook por su parte fue un espacio donde se manifestó gran actividad relacionada con esta noticia y también implicó que algunas personas ser organizaran en una especie de activismo en redes sociales que es precisamente lo que se trató de comprender en este caso.

Los estudiantes del subgrupo analizaron el material y aprovecharon el espacio que se les dio en la plenaria para dar sus valoraciones y responder las preguntas generales que se les hizo a todos los grupos. Uno de los elementos que les llamó la atención fue que la supuesta afirmación del candidato Fabricio Alvarado de salirse de la Corte Interamericana de Derechos Humanos polarizó a gran parte de la población costarricense y eso pudo verse manifestado en Facebook. Lo anterior se debe al movimiento de personas en contra o a favor del matrimonio igualitario, que muchas veces resultó en peleas y discusiones fuertes en la sección de comentarios de las noticias que publicaban algunos de los medios de comunicación en la red social.

El subgrupo mencionó que a un sector importante de la población costarricense le dio miedo el fundamentalismo religioso y por eso decidieron organizarse en una forma de activismo como lo es Coalición Costa Rica. Los estudiantes reiteraron la necesidad de que en las redes sociales las personas tengan más cuidado, se informen más sobre lo que leen y si vale la pena tomarse algunos asuntos tan en serio. Esto es muy importante pues los ataques entre personas que apoyaban el matrimonio igualitario y lo que no, fueron muy frecuentes y algunas veces los usuarios se dejaban llevar por las emociones al momento de escribir comentarios o participar en la red social.

Los aportes de los y las estudiantes resultaron interesantes y para este caso reflejan que las redes social Facebook se ha convertido en un instrumento que permite la organización y activismo. Sin embargo, como se analizó en los capítulos anteriores, este tiene características diferentes a su modalidad tradicional, lo cual también es importante a considerar. A pesar de todo, la participación en redes sociales es significativa y permite a las personas manifestarse u organizarse en torno a distintos procesos o situaciones que ocurren en la sociedad.

En síntesis, durante este taller se trabajó con varios casos que ejemplifican situaciones que se dan en las redes sociales y que juntas forman parte de una problemática mayor relacionada con el acceso y manejo de información en estos espacios. Si bien muchos de los problemas o situaciones puestas como ejemplos en el taller no son propias de las redes

sociales, en estas plataformas se están manifestando con mucha frecuencia, especialmente con las facilidades que tienen las personas para acceder a sus muros a cualquier hora y prácticamente desde cualquier lugar o dispositivo.

Hay que considerar un elemento importante y es que las redes sociales están diseñadas para facilitar la interacción de las personas, no es lo mismo leer una noticia en un periódico que en una red social, donde incluso el atractivo de la noticia para algunos es ver las reacciones y comentarios. Esto puede ser útil en algunas ocasiones pues se pueden ver distintas interpretaciones, opiniones o críticas a la información, pero también puede resultar poco constructivo cuando el espacio de comentarios se convierte en un lugar para insultar, agredir, compartir noticias falsas, entre otros.

Para muchos de los participantes en este taller la educación se convierte en un elemento clave que puede ayudar a las personas o ciudadanos digitales a hacer un mejor uso de los espacios virtuales, especialmente las redes sociales. Y es que una persona que desarrolla habilidades como la criticidad, la discriminación de fuentes de información, entre otras, está mejor preparada para participar en estos entornos. Por lo tanto, resulta necesario dar más importancia a la:

“(…) la formación de ciudadanos para y en un mundo digital. Mundo que es apropiado por adultos y jóvenes de diversos modos. Es así que la ciudadanía en un mundo digital nos invita a pensar (nos) en nuevas formas de participar, aportar, construir, nos convoca a redefinir nuestras concepciones acerca de qué es ser ciudadano/a en esta coyuntura sociohistórica atravesada por las tecnologías digitales.”¹¹²

Y es que esta coyuntura a la que se hace referencia mantiene a las personas conectadas en espacios muy cambiantes y que facilitan la interacción, lo cual puede ser ventajoso en algunas ocasiones, pero que no siempre producen cambios positivos en la sociedad. Resulta muy importante educar a las personas, que analicen y cuestionen la gran cantidad de

¹¹² Silvina Casablancas, Gisela Schwartzman y María Soledad Burghi: “Cambiando paradigmas sobre ciudadanía digital en el EDUCATÓN 2014.” *Actas del Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*, (España), (2014), 1-13: 4 URL: <http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/1085.pdf>.

información que circula a diario en estos sitios y que sean conscientes tanto de las problemáticas que hay como de los mecanismos para hacerles frente.

Aunado a lo anterior, es observable que los medios de comunicación presentes en Facebook algunas veces juegan con las emociones de los lectores, presentan noticias manipuladas o amarillistas y quizás hasta incrementan la polarización de las personas con respecto a ciertos temas conflictivos como lo son la religión, política, entre otros. Un gran ejemplo fue toda la dinámica de la información en la red social Facebook durante el contexto electoral 2018, donde se pudo constatar mediante el análisis del activismo de Coalición Costa Rica en la red social. Es por tanto que también los medios de comunicación juegan un rol importante en lo que sucede en la red social Facebook.

Por último, y es algo que podría ser importante considerar para futuras investigaciones, es comprender el papel que tiene Facebook como empresa en el control e influencia sobre la información que circula en su red social. Pues existe toda una discusión en relación con los algoritmos e intereses económicos que condicionan el funcionamiento de esta red social.

Conclusiones

En las últimas décadas, el mundo ha experimentado el surgimiento de lo que se conoce como una era digital, caracterizada por el desarrollo tecnológico e intercambio de información. Dicho proceso ha evolucionado hacia la conformación de una web 2.0 centrada en las personas como protagonistas.

En ese sentido, las redes sociales se han convertido en sitios o espacios virtuales muy utilizados para conectar usuarios en todo el mundo, pero también, para intercambiar información, difundir noticias y hasta para organizar movimientos sociales o políticos. A su vez, las redes sociales como Facebook se han constituido como una herramienta que facilita el activismo y han jugado un papel importante a nivel mundial en casos como la campaña electoral 2008 en los Estados Unidos, la Primavera Árabe, el Movimiento 15-M o de los Indignados en España. Estos espacios tienen la característica de que resultan difíciles de controlar para muchos gobiernos y en cierta forma existe libertad de que cualquier persona cree, difunda, comparta o participe en la dinámica de información que existe en las estas plataformas.

Costa Rica también ha experimentado estos cambios tecnológicos y se ha dado la tarea de impulsar un gobierno digital, no sólo para modernizarse sino también para intentar lograr una mejor gestión, comunicación y participación de los ciudadanos. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos y la creación de algunos decretos, no se ha logrado implementar un proyecto de gobernanza digital completo y eficiente, aunque sí se han dado avances y aún surgen iniciativas relacionadas con la materia, por lo que no existe una ley concreta, por lo tanto, queda evidenciado que Facebook juega un papel importante en la difusión del quehacer institucional.

Por otra parte, se pudo corroborar la presencia que tienen las instituciones gubernamentales a través de sus páginas en la red social Facebook. Éstas en su mayoría tienen interacción diaria con la ciudadanía. En Costa Rica la red social Facebook es de las más utilizadas. El proceso electoral 2014 funcionó como una herramienta política, permitiendo la divulgación de mensajes, noticias, propaganda, archivos multimedia. Además, facilitó la interacción entre personas de diversas formas en relación con toda la dinámica de la

información que circulaba en la plataforma, por ejemplo, compartiendo noticias, comentando, haciendo preguntas e interactuando en grupos.

Se concluye que para el contexto electoral 2018, algunos medios de comunicación en Facebook como los analizados, tuvieron una gran repercusión en la difusión de información. Con frecuencia hicieron uso de diferentes recursos multimedia y estrategias para llamar la atención de los lectores, algunas veces mostrando poca objetividad. Se generaron distintas reacciones e interacción de usuarios en la red, en muchos casos confrontaciones y polarización de la sociedad que era evidente en la red social analizada. Principalmente en la segunda ronda, se puede decir que estuvo marcada por cambios políticos importantes como el rompimiento del bipartidismo, la división de la sociedad con respecto a temas religiosos y de derechos humanos, el papel de la red social Facebook en la dinámica de la información y el surgimiento de formas de activismo político digital como el caso de Coalición Costa Rica.

Las personas aseguraban tener estrategias para el acceso y manejo de información, no se puede constatar que todos hayan desarrollado un pensamiento crítico como herramienta de acción e incluso en algunos casos los colaboradores admitieron que no tenían ningún mecanismo para proceder.

Quedó constatado que Coalición Costa Rica surge como respuesta ante un contexto político electoral, naciendo a través de WhatsApp y trasladándose a Facebook. Este grupo va a ser muy diferente, dado que es un activismo político novedoso y distinto al activismo político tradicional. Ese nuevo fenómeno, aún está en investigación, y por el avance veloz de las redes sociales y la intromisión de la política en estas, es un objeto de estudio en constante evolución, por tanto, no hay una nomenclatura de cómo denominar este fenómeno, algunos le llaman “ciberactivismo” o “activismo digital”.

En las diferentes consultas con el especialista en comunicación Dr. Ignacio Siles, se ha encontrado que Facebook es muy complejo. Por tanto, toda la información que existe en ella es difícil comprender su dinámica y funcionamiento. Esto conlleva a concluir que no existe una forma de entender que información recibe el usuario dado que es manejado por la compañía. Los usuarios reciben demasiada información y no tienen las habilidades para discernir entre información fidedigna o desinformación.

Recomendaciones

Dentro de los Estudios Sociales y la Educación Cívica, los programas no se encuentran actualizados desde el contexto de la era digital y las redes sociales. Resulta necesario incluir nuevas habilidades en el estudiantado para el discernimiento de información en redes sociales como Facebook pensadas desde la actualidad.

Generar desde la educación espacios para la reflexión sobre el activismo en redes sociales, que permita la comprensión de las nuevas formas de participación ciudadana en procesos electorales. Ya que estos contribuyen en la discusión sobre las transformaciones que se dan en la sociedad y cuál es el papel de la Educación Cívica.

En términos de los procesos de enseñanza – aprendizaje se deben proponer espacios para el desarrollo del pensamiento crítico, que fomenten el razonamiento y la resolución de problemas ante los retos de las redes sociales digitales. En este sentido, taller presenciales o virtuales pueden con docentes pueden ser de gran utilidad para llevar a cabo estos propósitos y preparar a los estudiantes para ejercer la ciudadanía en estos espacios.

Se sugiere que esta problemática sea analizada desde distintas disciplinas y enfoques, por lo que se recomienda contemplar la investigación sobre el acceso y manejo de información en espacios virtuales. Esto con el objetivo de contribuir a la comprensión y generar propuestas de cambio por parte de diferentes disciplinas que ayuden a convertir las redes sociales y el internet en entornos más deliberativos.

Sería recomendable que en la formación de los docentes en la Enseñanza de los Estudios Sociales y Educación Cívica se trabajen problemáticas relacionadas con el contexto tecnológico y digital que experimenta la sociedad costarricense. Esto se puede hacer por medio de un curso, talleres o como un eje transversal de los cursos existentes, ya que, la tecnología y su papel en la sociedad es muy cambiante e implica muchos retos para la educación.

Bibliografía

Alfaro Redondo, Ronald et al, "Informe de resultados del Estudio de opinión sociopolítica realizada en noviembre de 2018", *Centro de Investigación y Estudios Políticos CIEP* (Costa Rica) (Noviembre 2018): 22. URL: <https://ciep.ucr.ac.cr/sites/default/files/Informe-encuesta-CIEP-21-de-NOVIEMBRE-2018.pdf>

Alfaro, Ronald y Steffan Gómez. *Vigésimo Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible -Informe Final-*. San José: Programa Estado de la Nación, 2014.

Alfaro, Josué y Daniel Salazar, Corte IDH: Costa Rica debe garantizar matrimonio igualitario, *Semanario Universidad*, 09 de enero 2018, URL: <https://semanariouniversidad.com/pais/corte-idh-costa-rica-garantizar-matrimonio-igualitario/>

Andréu, Jaime, “Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada”, *Fundación Centro Estudios Andaluces* (España), (2008), 2-34, URL: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>

Bondu, Mayer y René Pierre. *Gobierno Digital en Costa Rica*. San José: Universidad de Costa Rica, 2008.

Cárdenas de Fernández, Lilia. “Competencia en el manejo de la información mediante la utilización de las TIC. Revista Bibliotecas.” n. 1, 2011. Bogotá: Red Universidad Nacional de Costa Rica, 2011. URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3204000&query=manejo+de+la+informaci%C3%B3n>

Candón Mena, José. *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2009, URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3196090&query=activismo+pol%C3%ADtico+en+la+redes+sociales#>

Casablanca, S., Schwartzman, G. y Burghi, M “Cambiando paradigmas sobre ciudadanía digital en el EDUCATÓN 2014.” *Actas del Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*, (España), 1-13. URL: <http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/1085.pdf>.

Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid, España, 2009.

Centro de Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica, *Informe encuesta enero 2014*, URL: <https://ciep.ucr.ac.cr/images/INFORMESUOP/Informe-encuesta-CIEP-enero-2014-1.pdf>

Corte Interamericana de Derechos Humanos, *Opinión Consultiva OC-24/17*, 24 de noviembre de 2017, San José: 2017. URL: http://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_24_esp.pdf

Chinchilla C, Sofía. “¿Qué es el grupo Coalición Costa Rica?”, *La Nación*, 7 de febrero de 2018, URL: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/que-es-el-grupo-coalicion-costa-rica/CAKPAW6VJ5BRPEGQG4FUJF66PQ/story/>

Cruz Romero Roberto. “Gobernanza digital: Un análisis de propuestas para Costa Rica”, *e-Ciencias de la Información* (San José, Universidad de Costa Rica) 8, n. 1 (enero-junio 2018): 3-18. DOI: <https://doi.org/10.15517/eci.v8i1.29808>

_____. “Política Digital: El uso de Facebook en política electoral en Costa Rica”, *Revista Derecho Electoral* (TSE, San José) n.23 (setiembre 2017): URL: http://www.tse.go.cr/revista/art/23/cruz_romero2.pdf?fbclid=IwAR0VWM_DitRwrLc2Z7iSiQGnyqMm3GRQOJhcxzCEtLQWC02bUogUmrFPDGU

Domínguez, David Caldevilla. “Las redes sociales: Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”, *Documentación de las Ciencias de la Información* (España) 33 (2010): 45-68.

El Periódico, ¿Cuánto vale tu Facebook?”, 20 de diciembre 2018, URL: <https://www.elperiodico.com/es/ciencia/20181219/estudio-valor-real-usuarios-facebook-7209018>

García, Berta, Santiago Gallur y Xosé López. El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea, *Revista Latina de Comunicación Social* (España) 72 (2017): 1261-1277, URL: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1218/68es.html>

Gil Moreno, Elena. Nuevos activismos sociales en la era digital: de las masas al “crowd”. *Política y Sociedad* (España) 54, n.1 (2016). URL: <https://doi.org/10.5209/POSO.48914>

Gobierno de la República de Costa Rica. Solicitud 17-05-16. San José: 2016, URL: <http://gobierno.cr/wp-content/uploads/Consulta-a-Corte-IDH.pdf>

González Prieto, Adriana y Hellen Quirós Araya. “*Identidad social y uso de Facebook: Su asociación con la autoestima y el disfruto del uso de esa red social en estudiantes universitarios.*” Tesis de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica, 2014.

Herrera Harfuch, María Fernanda et al. “La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de habilidades Sociales”, *Psicología Iberoamericana* (México). 18, n.1 (Enero-Junio, 2010): 6-18. URL: <https://www.redalyc.org/html/1339/133915936002/>

Hütt Herrera, Harold. “Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”. *Reflexiones* (San José, Costa Rica) 91, n. 2, (2012): 121-128. URL: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>

Jiménez Rodríguez, Marina. “La emoción como estrategia argumentativa en el mitin español. Identificación de actos de habla y análisis cuantitativo”, *Discurso & Sociedad*, 11, n.4 (2017): 621- 641.

Joyanes, Luis. *Cibersociedad: Los retos actuales ante un nuevo mundo digital*. McGraw Hill-Hill/Interamericana de España, Madrid, España, 1997.

López Aymes, Gabriela. “Pensamiento crítico en el aula”, *Docencia e Investigación* (España) 22 (enero-diciembre, 2012): 41-60.

López González, Wilmer Orlando. “El estudio de caso: una vertiente para la investigación educativa”, *Educere* (Venezuela), 17, n. 56 (enero-abril, 2013): 139-144. URL: <https://www.redalyc.org/html/356/35630150004/>

Linares Radamés, Mariela Pateresson y Larisa Viciado. “La información a través del tiempo” *ACIMED* (La Habana, Cuba), (2000): 228-238.

Marcial Pérez, David. “Paraguay, Costa Rica, Uruguay y México: los países de Latinoamérica donde más se usan las redes sociales”. *El País*, URL: https://elpais.com/internacional/2016/12/30/actualidad/1483055106_448456.html

Millaleo, Salvador y Cárcamo, Pablo. *Medios sociales y activismo digital en el mundo*. Santiago, Chile, Fundación Democracia y Desarrollo, 2014.

Morales Zúñiga, Laura. “Estrategias de comunicación política en redes sociales: el caso del Partido Acción Ciudadana en Facebook y Twitter en las elecciones costarricenses 2013-2014” Tesis de Licenciatura, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, 2015.

Murillo, Álvaro. “Nueva encuesta de Unimer: Johnny Araya sostiene su ventaja electoral sin un rival claro”, *La Nación*, URL: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/nueva-encuesta-de-unimer-johnny-araya-sostiene-su-ventaja-electoral-sin-un-rival-claro/K4F34PQ2YNC2TB4BUMKWU2RM5M/story/>

Organización de los Estados Americanos, Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, 2016, URL: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_colecciond_ebolsillo_10_convencion_americana_ddhh.pdf

Pariser, Eli. *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Random House Editorial, 2007.

Pérez Barber, Vicenta. *El político en la red social*, ECU, 2009. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unacrsp/detail.action?docID=3195480>

Pérez, Gabriel. “La web 2.0 y la sociedad de la información”, *Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (México) 56, n. 212 (mayo-agosto 2011): 57-68. URL: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182011000200004

Pérez, Ricardo. Osvaldo Camacho y Gloria Arroyo. “Las redes sociales y el activismo” *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad* (México, Universidad de Guadalajara), n. 7, (septiembre 2014-febrero 2015).

Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento (PROSIC) “Informe 2018”, en: “*Acceso y uso de las TIC en el Estado*”, (ed.) Alejandro Amador Zamora y Osvaldo Montero Salas. San José: PROSIC, Universidad de Costa Rica, 2018, 115-149.

Requena, Félix. *Análisis de redes sociales: Orígenes, teorías y aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, España, 2012.

Reyes, Jennifer. “Usuarios y Uso de Redes Sociales en Costa Rica”, Ilifebelt.com, URL: <https://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-en-costa-rica/2016/10/>

Saiz, Carlos y Rivas, Silvia F. “Evaluación en pensamiento crítico: una propuesta para diferenciar formas de pensar”, *Ergo, Nueva Época* (México) n.22-23 (marzo-setiembre, 2008): 25-66.

Siles, Ignacio, Pedro Campos y Andrés Segura. “Sitios costarricenses de noticias en Facebook: “¿Qué “likean”, comentan y comparten sus usuarios?”, *Revista de Ciencias Sociales*, San José: UCR, 160 (octubre, 2018), 37-55.

Sorj, Bernard y Fausto, Sergio. *Activismo político en tiempos de internet*. São Paulo, Ediciones Plataforma Democrática, 2016.

Tarango, Javier y Cortés, Jesús. *Gobierno Digital y Ciudadanía Digital*. Buenos Aires, Alfagrama Ediciones, 2016.

Tribunal Supremo de Elecciones. “Cómputo de Votos y Declaratorias de Elección, Proceso Electoral 2018”, San José, 2018, URL: http://tse.go.cr/pdf/elecciones/computovotos_febrero_abril_2018.pdf

Weislader, Saúl. “Costa Rica: grandes sorpresas electorales, mayor polarización, ¿menor gobernabilidad?”, *Real Instituto Elcano* (Madrid) 51, 1-10.

Anexos

En cuanto a los diferentes anexos empleados en esta investigación se optó por la utilización del código QR, como herramienta de enlace a un sitio de internet en el cual se encuentran respaldados los documentos relacionados con la investigación. Esto permite, además, aprovechar herramientas en espacios virtuales para acceder a información de forma fácil e interactiva.

Entre las ventajas que posee la utilización de esta modalidad es que herramientas como esta permiten la organización por carpetas, una mayor de cantidad de espacio en términos de almacenamiento y que estos se pueden acceder directamente desde cualquier dispositivo inteligente fácilmente, sin necesidad de tener a mano el documento en cuestión.



Anexo 1. Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes de esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de esta, así como de su rol en ella como participantes. La presente investigación es conducida por **Christian Stefano Montes Morales, Kevin Andrés Ruiz Chaves, José Pablo González Cervantes y Stiven Solórzano Herrera** de la Universidad **Nacional de Costa Rica** de la carrera **Enseñanza de los Estudios Sociales y la educación cívica**. La meta de este estudio es **El acceso y manejo de la información digital en la red social Facebook. Un activismo político: el caso del grupo Coalición Costa Rica en la segunda ronda electoral en el 2018.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista semi estructurada. Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará mediante el celular, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán completamente anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los archivos con las grabaciones se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha
-------------------------	------------------------	-------

Anexo 2. Guía de Entrevista Semiestructurada a un activista LGTBI

Nombre o Anónimo: _____

Fecha de entrevista: _____

Hora de inicio: _____ Hora de cierre: _____

A. Primera fase – Información e introducción

El objetivo de esta entrevista es la obtención de información clave sobre su opinión con respecto a las repercusiones sobre la población LGTBI del discurso del Partido confesional Restauración Nacional ante el resultado de la Opinión Consultiva OC-24/17 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en la campaña presidencial costarricense para las elecciones de 2018. Considero que su opinión es importante como activista LGTBI. Para comenzar, ¿podría contarnos a grandes rasgos cómo llegó a ser líder del colectivo?

B. Segunda fase – Desarrollo

1. Desde su experiencia en el último proceso electoral. ¿Qué recuerda usted sobre lo que sucedió en enero pasado cuando la Corte Interamericana de Derechos Humanos presentó la opinión consultiva? Como activista LGTBI, ¿lo asumió como un logro para el colectivo LGTBI?
2. A partir de la Opinión Consultiva OC-24/17. ¿Recuerda usted algunos de los discursos del Partido Restauración Nacional sobre este tema? ¿Qué era la resonancia en estos discursos? Como persona gay y líder del colectivo, ¿qué emociones o sentimientos percibía en esos discursos?
3. Como activista LGTBI, ¿qué medidas tuvo que tomar con otras personas para actuar contra estos discursos?

C. Tercera fase – Final y cierre

4. ¿Qué otro aspecto, situación o anécdota considera usted que resultó importante durante el proceso que se vivió con los discursos del Partido Restauración Nacional contra la opinión consultiva?
5. En síntesis, ¿cómo observa usted el panorama actual de la dinámica de los partidos confesionales y su influencia en la política costarricense?

**Anexo 3. Guía de Entrevista Semiestructurada a personas que participaron en el Grupo
Coalición Costa Rica de Facebook**

Nombre: _____

Fecha de entrevista: _____

Hora de inicio: _____ **Hora de cierre:** _____

Contexto

1. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para formar parte del grupo Coalición Costa Rica?
2. Durante la segunda ronda electoral: ¿Utilizó la red social Facebook como fuente de información?
3. ¿Considera usted que es importante aplicar algún procedimiento o técnica a la hora de leer una noticia en redes sociales como Facebook?

Procedimientos sobre el acceso y manejo de información

4. Cuando usted lee una noticia en redes sociales, ¿espera a que algún medio de comunicación valide la noticia?
5. Cuando usted lee una noticia: ¿Accede a leer el contenido de manera inmediata o revisa primero los comentarios surgidos a raíz de la publicación de la noticia?
6. Al momento de leer una noticia: ¿Le prestó usted importancia a la cantidad de reacciones y comentarios que tenía la misma?
7. Durante la segunda ronda electoral, cuando usted leyó una noticia o publicación: ¿Corroboró la información con alguna otra fuente?
8. Al momento de leer noticias exageradas o extravagantes, ¿usted realiza algún ejercicio de reflexión sobre las implicaciones y repercusiones que representa para la población la credibilidad en el contenido de la noticia?

Fase Final

9. En síntesis: ¿Cómo fue su experiencia utilizando la red social Facebook como medio de información durante la segunda ronda electoral 2018?
10. ¿Qué otro aspecto considera usted importante en relación con los procedimientos que deben usarse en el manejo y acceso de la información en Facebook?

Anexo 4. Guía de Entrevista No Estructurada a personas fundadoras del Grupo Coalición Costa Rica

A. Primera fase – Información al participante

El objetivo de esta entrevista es la obtención de información clave sobre el surgimiento en la red social Facebook del grupo Coalición Costa Rica en la segunda ronda del proceso electoral 2018. La información obtenida se utilizará para documentar el surgimiento del Grupo Coalición Costa Rica a partir de las experiencias o recuerdos que tengan los participantes. Se espera que los participantes aporten detalles y experiencias que puedan ayudar a responder las preguntas que a continuación se les plantea.

B. Segunda fase – Desarrollo:

1. ¿Cómo explica usted el surgimiento del Grupo Coalición Costa Rica durante la segunda ronda electoral 2018?
2. ¿Qué aspectos considera usted que resultaron fundamentales para que se conformara el Grupo Coalición Costa Rica?
3. ¿Enfrentó el movimiento algún tipo de obstáculos o limitantes durante su conformación?
4. ¿Qué valoración hace usted del surgimiento del grupo en Facebook y que proyecciones tenían sobre el alcance que podía tener como movimiento?

C. Tercera fase – Final y cierre:

5. ¿Qué otro aspecto, situación o anécdota considera usted que resultó importante en relación el surgimiento del Grupo Coalición Costa Rica?
6. En síntesis ¿Cuál es la valoración general que haría usted sobre el surgimiento del Grupo Coalición Costa Rica?

Anexo 5. Guía de Entrevista no estructurada sobre el Grupo Coalición Costa Rica

A. Primera fase – Información al participante

El objetivo de esta entrevista es la obtención de información clave sobre su opinión con respecto al acceso y manejo de información digital generado por el grupo Coalición Costa Rica en Facebook y su relación con el activismo político. Además, de la incidencia de esta situación en el activismo político durante la segunda ronda del proceso electoral 2018. Se espera que el entrevistado aporte detalles y experiencias que puedan ayudar a responder las preguntas que a continuación se le formulan.

B. Segunda fase – Desarrollo:

1. ¿Cómo definiría el panorama en la red social Facebook y la dinámica de la información en estos espacios?
2. ¿Cree usted que existe un uso excesivo de las tecnologías y la manera de informarse de las personas en redes sociales como Facebook?
3. Desde su conocimiento en el uso de las redes sociales y tomando en cuenta el último proceso electoral particularmente la segunda ronda. ¿Considera usted que la red social digital Facebook propicia espacios para el activismo político? Y de ser así, ¿Qué características presenta?
4. ¿Cree usted que el Grupo Coalición Costa Rica puede considerarse un movimiento de activismo político en redes sociales? ¿Qué similitudes y diferencias hay con el activismo político tradicional? ¿Cuál es su opinión en cuanto a las transformaciones que se han dado en las formas de activismo?
5. Desde su perspectiva, ¿Cómo fue para usted el manejo de la información del Grupo Coalición Costa Rica durante la segunda ronda electoral? ¿Cuáles considera usted que fueron las intenciones, motivaciones o intereses del contenido que se publicaba?

C. Tercera fase – Final y cierre:

6. ¿Cuáles considera usted que son los retos que existen en cuanto al acceso y manejo de información en redes sociales?
7. En síntesis ¿Cuál es la valoración general que haría usted sobre la dinámica del activismo político en las redes sociales?
8. Desde su valoración personal, ¿Qué se puede esperar del activismo político a través de las redes sociales de cara a futuros procesos electorales?

Anexo 6. Ficha Resumen de decretos sobre gobierno digital en Costa Rica

Universidad Nacional

Licenciatura en la Enseñanza de los Estudios Sociales y Educación Cívica

Elaborado por: José Pablo González Cervantes, Christian Stefano Montes Morales, Kevin Andrés Ruiz Chaves y Stiven Erasmo Solórzano Herrera.

FICHA RESUMEN DE DECRETOS SOBRE GOBIERNO DIGITAL EN COSTA RICA	
N° de decreto:	Fecha:
Fuente:	
URL:	
Leyenda:	
Resumen del contenido:	
Firmantes del decreto:	

Anexo 7. Ficha de análisis de páginas oficiales en Facebook de las principales instituciones y ministerios del Estado

Institución	Tiene página en Facebook (SI/NO)	Fecha de creación de la página	Cantidad de seguidores *al 24 de enero de 2019	Activa (SI/NO) *al 24 de enero de 2019	Brinda datos de contacto (SI/NO Y TIPO)
Ministerio de la Presidencia (Casa Presidencial Costa Rica)					
Ministerio de Relaciones Exteriores					
Ministerio de Agricultura y Ganadería					
Ministerio de Economía, Industria y Comercio					
Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones					
Ministerio de Comercio Exterior					
Ministerio de Cultura y Juventud					
Ministerio de Educación Pública					

Ministerio de Seguridad Pública					
Ministerio de Hacienda					
Ministerio de Justicia y Paz					
Ministerio de Gobernación y Policía					
Ministerio de Ambiente y Energía					
Ministerio de Obras Públicas y Transportes					
Ministerio de Salud Pública					
Ministerio de Trabajo y Seguridad Social					
Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica					
Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos					
Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER)					

Instituto Costarricense de Turismo (ICT)					
Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS)					
Instituto Nacional de la Mujer (INAMU)					
Tribunal Supremo de Elecciones (TSE)					
Instituto Nacional de Seguros (INS)					
Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)					
Instituto Costarricense de Electricidad (ICE)					
Banco Central de Costa Rica (BCCR)					
Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AYA)					
Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM)					
Instituto Costarricense de Ferrocarriles (INCOFER)					
Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (INCOPECA)					
Patronato Nacional de la Infancia (PANI)					

Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)					
Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU)					
Refinadora Costarricense de Petróleo (RECOPE)					
Instituto de Desarrollo Rural (INDER)					
Junta de Protección Social (JPS)					

Anexo 8. Ficha resumen de principales publicaciones de candidatos presidenciales en Facebook en el proceso electoral del 2014 (Elaborada para cada candidato presidencial consultado)

- Página en Facebook:
- URL:
- Fecha de la publicación:

Se va a analizar el contenido de las publicaciones que se generaron en páginas oficiales de Facebook vinculadas a candidatos presidenciales, durante proceso electoral del 2014.

Descripción	
1. Breve descripción publicación.	
2. Cantidad de reacciones “me gusta” y comentarios y veces compartidas que tuvo la publicación en Facebook.	
3. Vínculo de la publicación con el contexto político de las elecciones 2014.	

Anexo 9. Ficha Resumen de noticias en Medios de Comunicación en la plataforma Facebook durante la campaña electoral 2013-2014 (Elaborada para cada medio de comunicación)

- Página en Facebook:
- URL:
- Fecha de la publicación:
- Titular de la noticia:

Se va a analizar el contenido de las noticias que se generaron en Facebook durante proceso electoral del 2014.

Indicadores	
1. Breve descripción de la noticia encontrada.	
2. Cantidad de reacciones “me gusta”, comentarios y veces compartidas que tuvo la publicación en Facebook.	
3. Vinculo de la noticia con el contexto político de las elecciones 2014.	

**Anexo 10. Cuadro comparativo de noticias y Ficha de Resumen Páginas Web de Noticias
vinculadas en Facebook Segunda Ronda Electoral 2018**

Tema:		
Cuadro comparativo de noticias emitidas por medios de comunicación (crhoy.com, nacion.com y Telenoticias) en su formato en la red social Facebook durante la segunda ronda electoral 2018.		
Medio de comunicación	Titular de la noticia	Contenido de la noticia
Fecha de la noticia: URL de la noticia:		
Fecha de la noticia: URL de la noticia:		
Fecha de la noticia: URL de la noticia:		

Anexo 11. Ficha de Resumen Páginas Web de Noticias vinculadas en Facebook

Segunda Ronda Electoral 2018 (Elaborada para cada medio de comunicación)

- Página en Facebook:
 - URL:
 - Fecha de la publicación:
 - Titular de la noticia:
-

Se va a analizar el contenido de las noticias que se generaron en Facebook durante la segunda ronda electoral 2018.

Indicadores	
1. Breve descripción de la noticia encontrada.	
2. ¿Qué tipo de recursos digitales (fotografías, videos, audios, etc.) fueron compartidos con el contenido de la noticia publicada en Facebook?	
3. Vínculo de la noticia con el contexto político-electoral.	

Anexo 12. Cuadro comparativo de comentarios en las publicaciones emitidas por medios de comunicación en Facebook

Página de Facebook:	
URL:	
Fecha:	Cantidad de reacciones: Cantidad de comentarios: Veces compartido:
Titular de la noticia:	
Breve resumen de la noticia:	
Usuarios	Intervenciones de los usuarios
Usuario anónimo #1	
Usuario anónimo #2	
Usuario anónimo #3	
Usuario anónimo #4	