



Ruth Garita/OCM

Análisis

El papel de las redes sociales en la contienda electoral

23 de Marzo 2018 Por: [Kenneth Mora Pérez](#) ^[1]

- El proyecto [#DemocraciaenDigital](#) ^[2] analiza el peso de Facebook en esta campaña política

La contienda electoral, que tiene a los candidatos Fabricio Alvarado, del Partido Restauración Nacional, y a Carlos Alvarado, del Partido Acción Ciudadana, en la segunda ronda electoral, ha tenido la particularidad de tener **un protagonista particular en la campaña que definirá este 1º de abril la nueva Presidencia del país.**

Las redes sociales han sido en este proceso democrático uno de los espacios que han permitido tener una multiplicidad de voces, tanto de los electores, como las oficiales de los candidatos, mismas que **han logrado forjar un panorama más amplio de la diversidad de perspectivas que existen actualmente frente a la contienda.**

Así lo señala Ignacio Siles, de la Escuela de Comunicación Colectiva e Investigador del Centro de Investigación en Comunicación (Cicom), de la Universidad de Costa Rica (UCR), quien destaca como estos espacios **han reflejado momentos específicos de la campaña; tal y como lo han reflejado las encuestas en su momento.**

El investigador resalta que las redes marcan un contexto con una multiplicidad de ejes, en el que los candidatos han convertido a estas en un "espacio de micrófono", que **impulsa la movilización de votantes y de segmentos de población antes desanimados y desinteresados en la política.**

Para esto, la asignación de sentidos a los distintos discursos oficiales de los candidatos y, en general, que colocan estos en sus redes; así como las reacciones de sus seguidores, forma parte de los elementos de estudio que realiza el CICOM en conjunto con el Colaboratorio Nacional de Computación de Avanzada de CONARE y el Laboratorio de Investigación e Innovación Tecnológica (LIIT) de la UNED.

El estudio fue precisamente aliciente para que el Cicom se planteará desarrollar una investigación sobre las implicaciones políticas de los contenidos electorales en Facebook y desarrollar **la iniciativa #DemocraciaenDigital** [2]; **espacio que busca explicar las características y el rol que cumplen las redes sociales en procesos democráticos, como la elección presidencial.**

"Queremos aportar a una conversación sobre los temas sustantivos de la campaña más que sobre la campaña. Nuestros datos provienen de un estudio longitudinal mixto que involucra el uso de métodos cualitativos como el análisis de contenido, análisis de discurso y entrevistas, así como técnicas más cuantitativas relativas al trabajo con big data" " *#DemocraciaenDigital*

Osvaldo Durán, sociólogo de la Escuela de Ciencias Sociales del TEC [3], destaca que la interacción de los usuarios en las redes sociales **genera un discurso político hegemónico, o bien de dominio, sobre otras cuestiones primordiales**, que se han basado más en el trasfondo religioso y que han demostrado una inmadurez política en el país, respecto al manejo que debe tenerse como un estado moderno basado en diversidad y respeto.

Sin embargo, **para el sociólogo las formas de participación en redes sociales no son decisorias en las urnas**, ya que se produce una participación "placebo", en la que se crea un efecto positivo para un segmento de la población mediante la interacción en las redes sociales, sin que ésta pueda ser un reflejo completo de lo que acontece al momento de ejercer el voto.

Durán señaló además que la influencia de los medios de comunicación y la concentración actual de medios tradicionales, ha generado que **las perspectivas que recibe la sociedad esté sujeta a contenidos que se enfocan más en algún tipo de propaganda, que en información con sentido relevante para el elector.**

"Las encuestas son presentadas como 'fotos' de un momento determinado y sirven para someter a la población a una superflua y estéril discusión sobre posibles triunfadores. Con esos datos se sustituye cualquier intento de analizar por qué la población se inclina por uno u otro candidato; los dos mencionados u otro cualquiera. Los candidatos son los productos en venta, como cualquier enlatado o gaseosa". " *Cuestión de Fe y propaganda, Osvaldo Durán (Semanao Universidad, enero 2018)*

El movimiento de las noticias

Como parte de los datos recolectados por la investigación del CICOM, destaca el análisis realizado sobre las tendencias de consumo y circulación de noticias producidas por medios de comunicación costarricenses en Facebook y las dinámicas de interacción con los perfiles de los candidatos a la presidencia.

Para esto, el portal [#DemocraciaEnDigital](http://democraciaendigital.com) [2] comparte una serie de informes y datos en infográficos que buscan servir para alimentar el debate público.

Uno de ellos es el análisis de cada uno de los candidatos de cara a la segunda ronda electoral y la **interacción respecto a seguidores, posts, tono y otros elementos utilizados en la red social Facebook.**

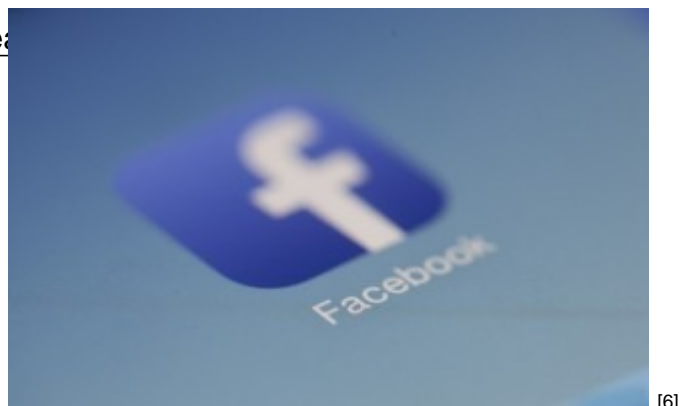


Cortesía Cicom.

Veá también:



No lea



Módulo de Redes Sociales del TEC Digital se actualiza [6]

Source URL (modified on 03/23/2018 - 13:56): <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/node/2692>

Enlaces

[1] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/users/kenneth-mora-perez>

[2] <http://democraciaendigital.com/>

[3] <https://www.tec.ac.cr/escuelas/escuela-ciencias-sociales>

[4] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/sites/default/files/styles/colorbox/public/media/img/paragraph/infografia-7-cicom.png>

[5] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2017/07/31/no-lea-solamente-titulo>

[6] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2015/10/02/modulo-redes-sociales-tec-digital-se-actualiza>