

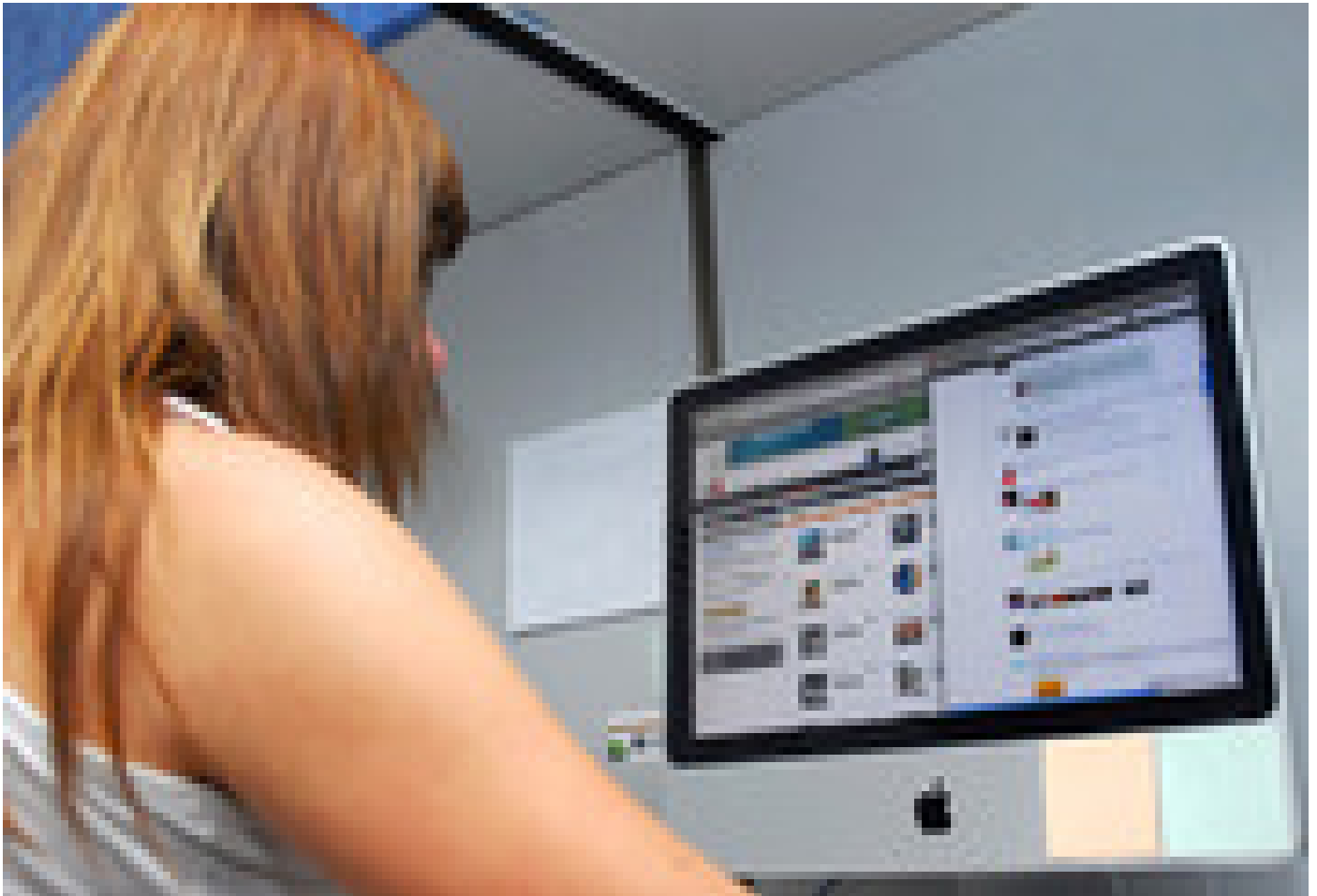


UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Redes sociales y campaña política

Analizan derecho a la información y propaganda política en Internet

6 NOV 2013 Sociedad



Las redes sociales se convirtieron en un medio de comunicación muy útil para hacer llegar el mensaje de los candidatos a la presidencia de la República a las y los ciudadanos (foto archivo ODI).

¿Se cumple el derecho a la información en Costa Rica?, ¿el proselitismo político tradicional cabe en las redes sociales?, ¿Internet es un medio que impacta en la opinión pública?

Para tratar de responder a estas incógnitas un panel de expertas y expertos de la Universidad de Costa Rica (UCR) se reunieron el jueves 31 de octubre en el Auditorio de la

Escuela Centroamericana de Geología para participar en el **conversatorio titulado Elecciones 2014: derecho a la comunicación, propaganda y uso de redes sociales.**

Dentro de las y los expositores resaltó el aporte del **Bach. Oscar Jiménez Alvarado, experto del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP), quien hizo un repaso por algunas cifras que justifican la importancia de las redes sociales como medio para difundir propuestas y medir la opinión de las y los votantes.**

Jiménez hizo la salvedad de que **es muy difícil estudiar las redes sociales porque la información se mueve allí tan rápido que las conclusiones a las que se lleguen pueden quedar desfasadas.**



Ante la ausencia de bonos de la deuda política los partidos han diversificado su estrategia de comunicación e Internet se presenta como un espacio de bajo costo y muy popular entre los jóvenes votantes (foto archivo ODI).

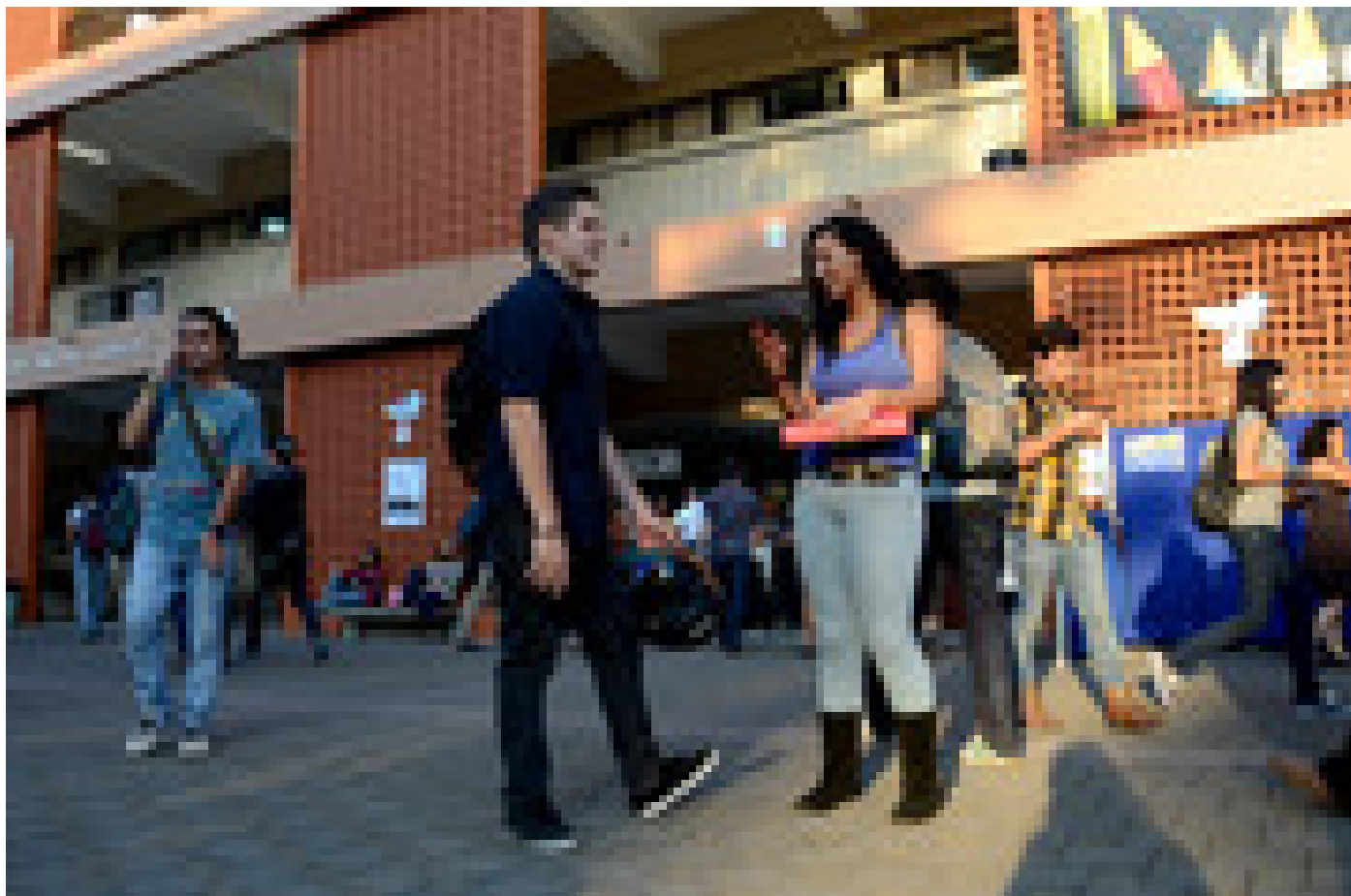
“Hay **2.700 millones de personas conectadas a Internet en el mundo y para finales de este año el 40% de la población mundial estará conectada a la Red**, obviamente las velocidades y los precios varían mucho de una región a otra e inclusive dentro de las regiones; específicamente **en Costa Rica, hace poco Unimer hizo un estudio para El Financiero (semanario) en el que se revela que 7 de cada 10 personas en la GAM (Gran Área Metropolitana) se conectan a través de un celular y 6 de cada 10 usan las computadoras para navegar**”, expresó Jiménez Alvarado.

Este investigador del [CIEP](#) comentó que las redes sociales juegan un papel fundamental en la transmisión de los mensajes a las y los ciudadanos, “si se observa el **uso de Internet por edad, resalta el dato de que 90% de los jóvenes con edad entre 18 y 24 años usan Internet y para estos comicios el padrón electoral se concentra en electores nuevos: son al menos 200 mil votantes jóvenes**”, afirmó Jiménez Alvarado.

Redes Sociales no son accesorias

Para Jiménez Alvarado existe **un elemento fundamental en esta campaña electoral y es la ausencia de los bonos de la deuda política**, mecanismo por medio del cual los partidos políticos se financiaban, **de ahí que las redes sociales cobren mayor relevancia por ser un medio barato, accesible y con bajo costo en términos de publicidad.**

Por su parte la Dra. Gina Sibaja Quesada, profesora de la carrera de Ciencias Políticas de la UCR, dijo que las redes sociales vienen a diversificar la forma en que los candidatos se presentan ante el público, pues gozan de una ventaja adicional: tienen un costo menor a la publicidad pautada en televisión.



En el 2012 cuatro usuarios de cada 10 usaban sus celulares para conectarse a Internet, pero para este 2013 ya son siete de cada 10 los habitantes de la Gran Área Metropolitana que navegan en sus móviles, o sea, 920.000 personas están en Internet gracias a sus teléfonos celulares (foto archivo ODI).

“Cuando me obligan a presentar *spot* de 30 segundos o menos en televisión es más fácil concentrarse en presentar una cara bonita, una presencia muy varonil o muy femenina, que concentrarse en propuestas concretas. Los procesos de comunicación políticos son altamente mediatizados, no podemos pensar la comunicación política sin tomar en cuenta a los medios de comunicación, pero ahora podemos darnos el lujo de tener mensajes mucho más largos en las redes sociales y no sale tan costoso”, acotó Sibaja Quesada.

Finalmente la Licda. Giselle Boza Solano, coordinadora del Programa de Libertad de Expresión, Derecho a la Información y Opinión Pública ([Proledi](#)), señaló que la base de las libertades comunicativas se caracteriza por albergar el derecho que tienen los medios de

comunicación colectiva a informar, el derecho de las personas a informarse y el derecho de la libre expresión.

“En un informe del 2012 de Reporteros Sin Fronteras Costa Rica mantiene la primera posición en el continente en libertad de información, sin embargo **el tema del derecho humano a la comunicación debe ser replanteado como la necesidad de que no sólo los estados garanticen el ejercicio de estas libertades, sino que además sean proactivos en dictar política pública para garantizar el ejercicio de una ciudadanía comunicativa** y hablar de derecho humano a la comunicación está vinculado con los temas de diversidad, inclusión, participación y procesos más democráticos”, concluyó Boza Solano.

Esta actividad fue organizada por el CIEP para responder a la necesidad de análisis de la campaña electoral en Costa Rica, de cara a las próximas elecciones presidenciales que se realizarán el domingo 2 de febrero del 2014.



[Otto Salas Murillo](#)
Periodista Oficina de Divulgación e Información
otto.salasmurillo@ucr.ac.cr

Etiquetas: [ciep](#), [redes sociales](#), [politica](#), [elecciones](#), [derechos humanos](#), [proselitismo](#).