

La agenda de los medios en periodos de campaña electoral

Carolina Carazo B.

*Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)*

Dos puntos de partida

- La **responsabilidad social** de los medios en una democracia
- Las **tecnologías digitales** han cambiado la forma en que somos ciudadanos

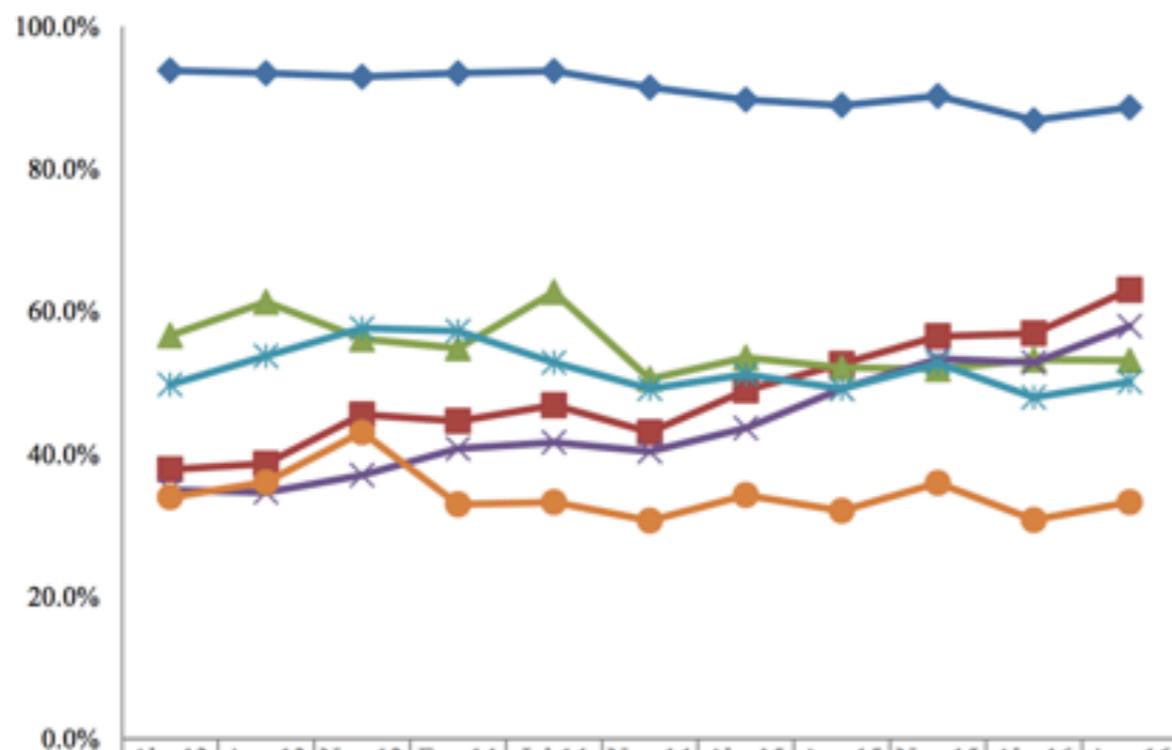
La web y las redes sociales cambiaron la forma en que somos ciudadanos

- han alterado la forma en que accedemos a la información, la replicamos y la redistribuimos
- han estimulado la participación democrática y el ejercicio de la ciudadanía
- han impactado las posibilidades de incidencia

Cómo nos informamos

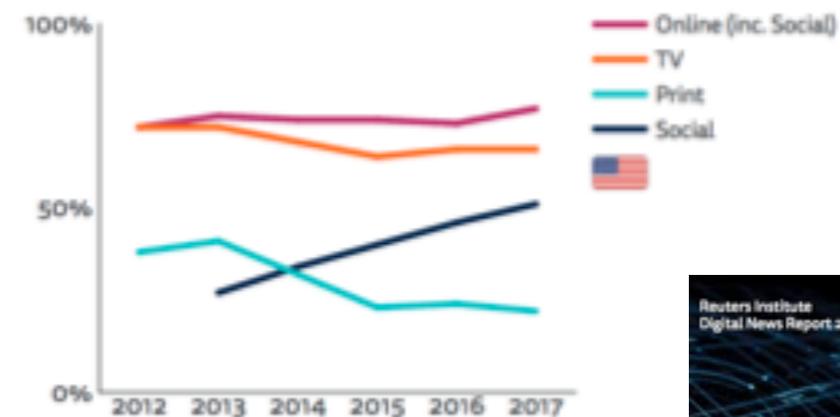
Principales fuentes de noticias en Costa Rica (2013-2016)

CIEP / UCR, abril 2016



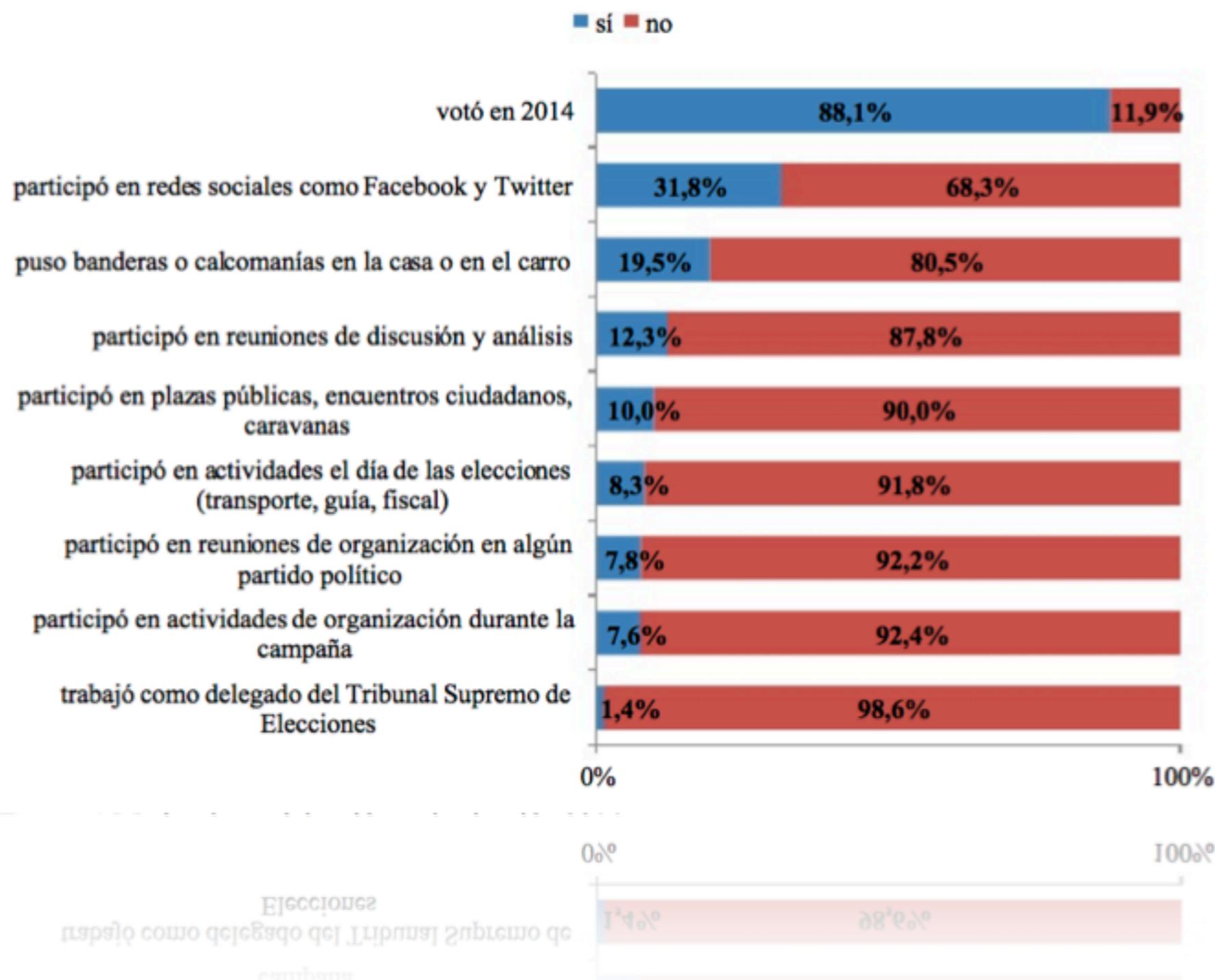
	Abr-13	Ago-13	Nov-13	Ene-14	Jul-14	Nov-14	Abr-15	Ago-15	Nov-15	Abr-16	Ago-16
Televisión	93.8%	93.4%	92.9%	93.4%	93.7%	91.4%	89.7%	88.9%	90.2%	86.8%	88.6%
Redes sociales	37.8%	38.6%	45.5%	44.6%	46.8%	43.0%	48.9%	52.6%	56.5%	56.9%	63.0%
Referencias, amistades, vecinos	56.6%	61.3%	56.1%	54.8%	62.7%	50.5%	53.5%	52.1%	51.9%	53.2%	53.1%
Noticias en Internet	34.9%	34.6%	37.0%	40.7%	41.6%	40.3%	43.6%	49.1%	53.3%	52.8%	57.9%
Prensa escrita	49.7%	53.7%	57.6%	57.2%	52.8%	49.1%	51.1%	49.1%	52.7%	47.9%	50.1%
Radio	33.9%	36.0%	43.0%	32.9%	33.2%	30.6%	34.2%	32.0%	35.9%	30.7%	33.2%

SOURCES OF NEWS 2012-17
USA



Cómo participamos

Encuesta post-electoral
CIEP / UCR, febrero 2014



Cualquier forma de interacción en redes sociales (firmar una petición, compartir un contenido, darle “me gusta” a un perfil de un candidato...) es un **“pequeño acto de participación política”** (*a tiny act of political participation*)

Margetts, H., John, P., Hale, S., y Yasseri, T. (2016).
Political turbulence: How social media shape collective action.

“Necesitamos tener una conversación
de lo que es la democracia
en nuestros días y nuestra época”.

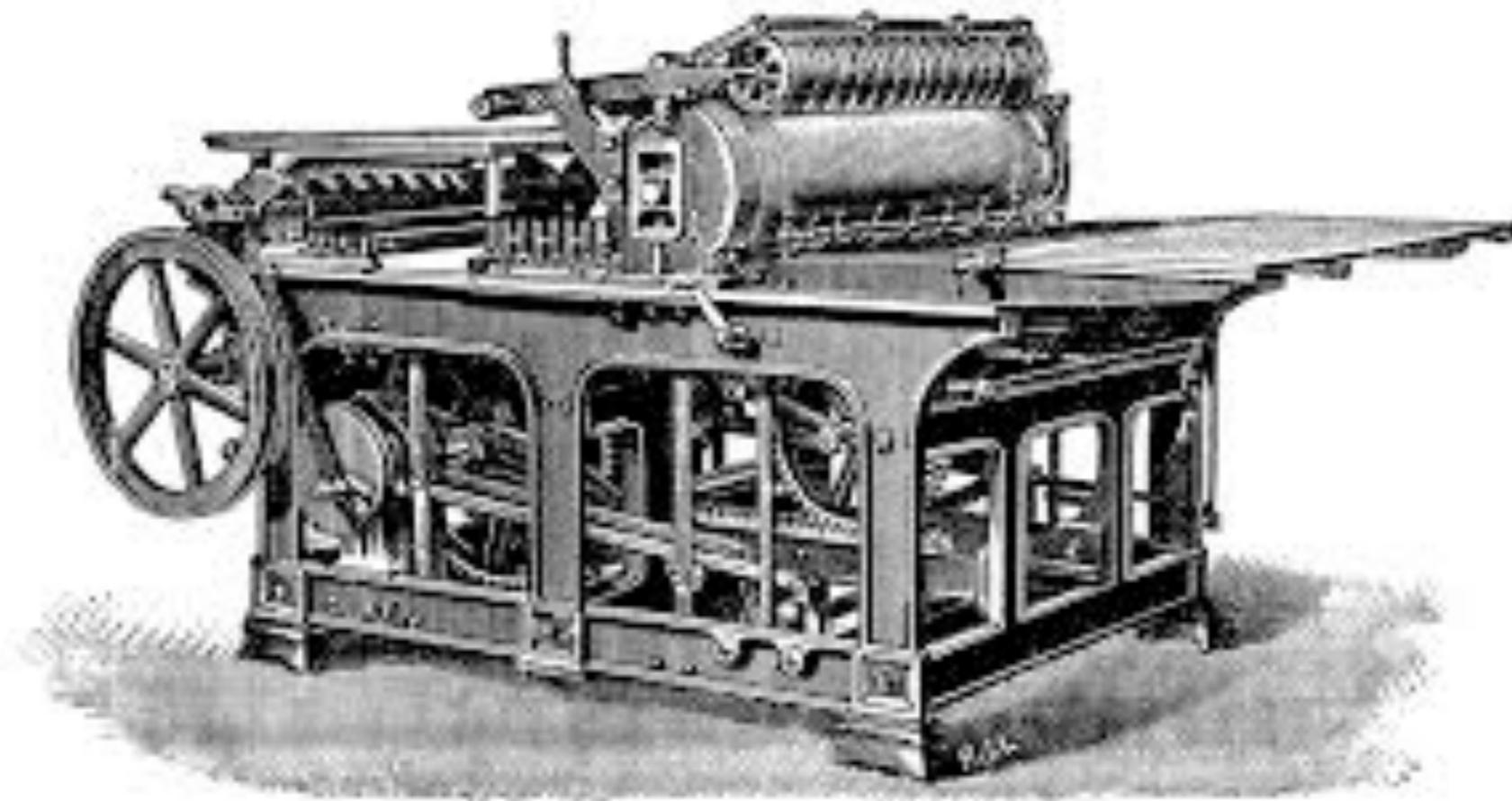
Pia Mancini, activista



“Somos ciudadanos del siglo XXI..”



haciendo lo mejor que podemos para interactuar con instituciones diseñadas en el siglo XIX...



basadas en tecnologías de la información del siglo XV”.

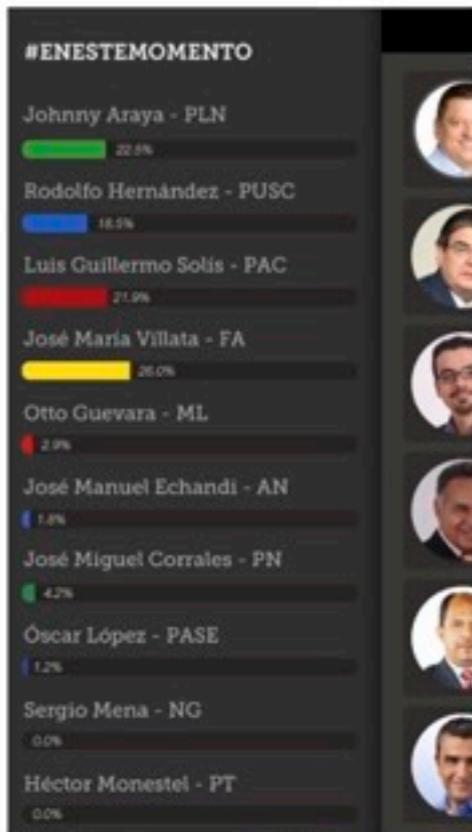
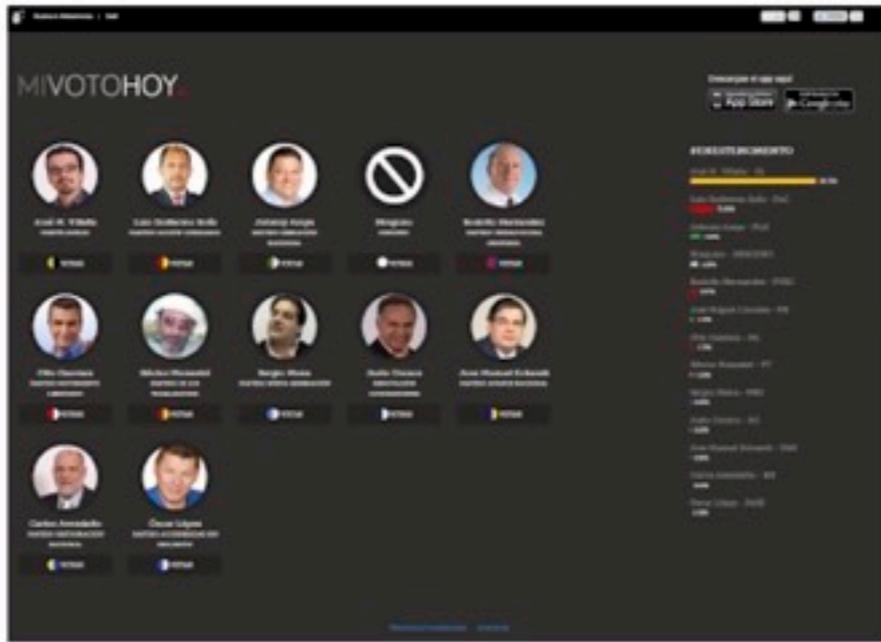
“Frente al uso avanzado de las nuevas tecnologías digitales por parte de la ciudadanía, **los gobiernos siguen anclados en el uso subdesarrollado de las tecnologías**”.

Francisco Sierra

Mi Voto Hoy

(app y sitio web)

“Esta plataforma le permitirá a la gente participar de la campaña política usando las herramientas a las que ya está acostumbrada”.



Allan Naranjo, Director de Desarrollo, Big Web Noise, 2013

“Al aportar nueva información, nuevas prácticas y nuevos actores al sistema político, los insurgentes desafían la inevitabilidad de la política de siempre y regeneran las raíces de nuestra democracia en ciernes”.

Manuel Castells

Responsabilidad social de los medios en una democracia

- Los medios cumplen una función de “construcción social de la realidad”
- Lo que no está en los medios “no existe”
- A través de los medios se construye la esfera pública, el debate cívico

Responsabilidad social de los medios

- Reforma Código Electoral 2009: TSE intenta, infructuosamente, que los medios se comprometan con espacios “públicos” durante periodos de campaña.
- En el 2013 vuelven a presentar un proyecto de ley que busca **“democratizar el acceso a los medios para todos los partidos”** mediante el establecimiento de franjas electorales de 30 minutos diarios.

...“algunos medios de comunicación **temen una disminución en sus ganancias comerciales**, costo eventual que, sin embargo, **se compensa con creces por el derecho de uso del espectro** electromagnético del Estado.

En todo caso, las franjas son una tendencia en las reformas electorales de la región con el fin de promover campañas más equitativas, austeras y afines al ideal de democracia inclusiva”.

Luis Antonio Sobrado y Hugo Picado. (2015)
Equidad en la Contienda:
el tema pendiente de la Reforma Electoral en Costa Rica

Responsabilidad social de los medios

- Entre 18 países latinoamericanos, únicamente dos no contemplan **ningún tipo de norma que posibilite a los partidos acceder gratuitamente a los medios** (Costa Rica y Honduras).
- De los restantes países, 40% establecen ese acceso gratuito a medios públicos y 60% tanto a medios públicos como privados.
- En Argentina, Brasil, Chile y México se prohíbe la propaganda en televisión y radio pagada por los propios partidos, mientras que la mayoría de las democracias en Europa Occidental prohíben la compra de publicidad electoral mediática y otorgan espacios publicitarios gratuitos para los partidos.

Luis Antonio Sobrado y Hugo Picado (2015)
Equidad en la Contienda:
el tema pendiente de la Reforma Electoral en Costa Rica.

Responsabilidad social de los medios

La Misión de Observación Electoral de la OEA, febrero 2014, señala en su informe:

*“... se reitera la necesidad de incorporar en la legislación la figura del financiamiento público indirecto, a través de la **Franja Electoral gratuita** en los medios de comunicación, que garantizaría un piso mínimo de acceso de forma equitativa a los participantes en la contienda electoral”*

La agenda de CRHoy y La Nación

Facebook, enero 2014

- **Análisis del 1 de enero al 1 de febrero 2014**
- **Estadísticas de publicación de noticias en Facebook**
- **Preferencias temáticas de los usuarios expresadas por sus comportamientos como dar “me gusta”, compartir y comentar contenidos noticiosos**

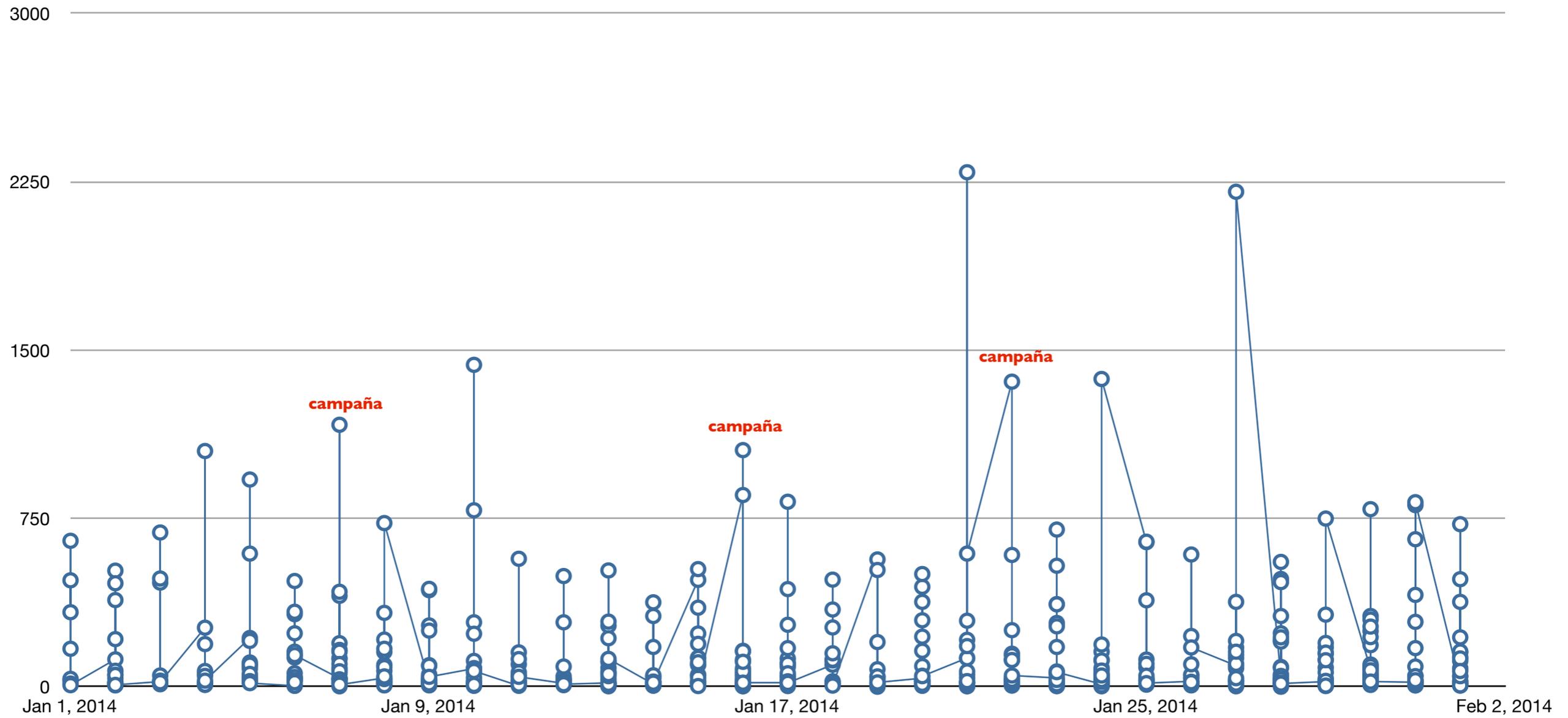
Cantidad de posts publicados

Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014

	Posts total	Promedio diario
	603	19
	1414	44

“Engagement”

Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



Diario Marca sobre Keylor Navas: "Ni Messi, ni Tello, ni Fábregas pudieron con él"

ENERO 21, 2014 10:52 AM | ADRIÁN MENDOZA



El popular medio español Marca no deja de elogiar al guardameta nacional Keylor Navas, quien el pasado fin de semana demostró todo su talento frente al FC Barcelona.

"Ni Messi, ni Tello, ni Fábregas. Ninguna de las superestrellas que copan las alineaciones del Barcelona pudieron con él", señaló este martes Marca.

Ven al portero nacional como toda una revelación, ya que hace apenas un par de años estaba intentando ganarse un campo en segunda división con el Albacete y ahora es una de las figuras del Levante en la división de honor.

El empate ante uno de los clubes más grandes del mundo, llena de orgullo al cancerbero nacional.



Keylor Navas se ha convertido en la revelación del Levante. Foto: Marca

ADVERTISEMENT

#1 2293

#2 2206

crhoy.com
Me gusta esta página · 27 de enero de 2014 · 48

Costa Rica saca "mala nota" en inglés

Me gusta · Comentar · Compartir

1.417 · Orden cronológico

607 veces compartido · 102 comentarios

Ver comentarios anteriores · 6 de 102

Kattia Cañillo Patricia Celis, Daniela Celis, Érika Barrios
Me gusta · Responder · 25 de enero de 2014 a las 13:56 · Editado

Alberto Garamara Montero El inglés lo enseñan muy mal prácticamente solo a escritura. Si siguen el ejemplo de los niños que primero aprenden a hablar y luego aprenden a escribir. La enseñanza de los idiomas hay que hacerlos interesantes y no aburridos.
Me gusta · Responder · 25 de enero de 2014 a las 18:52 · Editado

Darling Mendez Jappin (primera-madre@FACEBOOK)
Me gusta · Responder · 25 de enero de 2014 a las 18:52 · Editado

crhoy.com · BAJA CALIFICACIÓN DEL PAÍS EN INGLÉS AJUNTARÍA A EMPRESAS GENERADORAS DE EMPLEO

crhoy.com
Me gusta esta página · 10 de enero de 2014 · 48

Para empezar el día con humor
<http://www.crhoy.com/laura-chinchilla-llama-buen-decillos-a-opositores-dentro-de-su-gobierno-w37m0v/>

Me gusta · Comentar · Compartir

958 · Orden cronológico

428 veces compartido · 40 comentarios

Ver 34 comentarios más

Miriam Chavez Espinoza muy bueno
Me gusta · Responder · 10 de enero de 2014 a las 13:44

Rolando Aguilar Esta tan claro : " gobiernó en un mundo de duendes y fantasía" Será la bella durmiente?
Me gusta · Responder · 10 de enero de 2014 a las 13:44

Otto Manuel Arroyo Guesada Karina ya vote y me equivoque
Me gusta · Responder · 10 de enero de 2014 a las 20:32

crhoy.com · LAURA CHINCHILLA LLAMA "BUENDECILLOS" A OPOSITORES DENTRO DE SU GOBIERNO

#3 1435



#1

201 comentarios, 715 me gusta, 444 compartir

1360



#2

421 comentarios, 651 me gusta, 96 compartir

1168



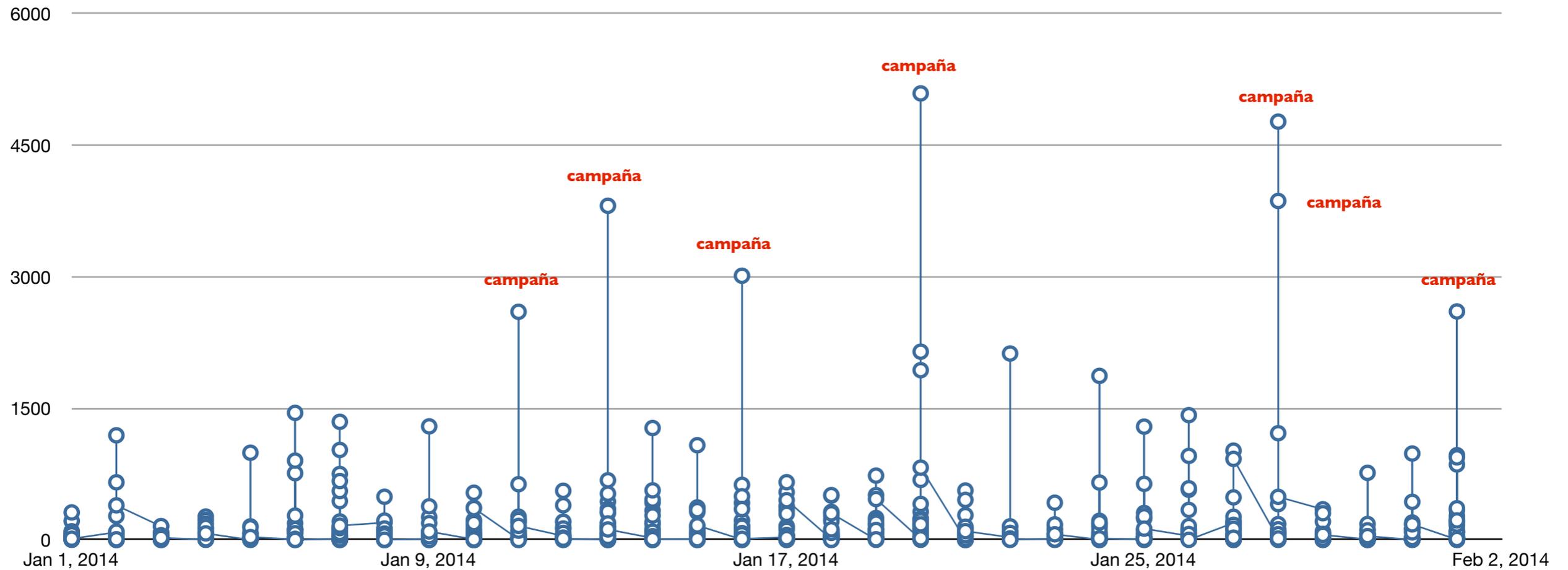
#3

666 comentarios, 292 me gusta, 97 compartir

1055

“Engagement”

Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014





#1

3750 comentarios, 1149 me gusta, 195 compartir

5094

#2

4074 comentarios, 620 me gusta, 78 compartir

4772



#3

279 comentarios, 2333 me gusta, 1255 compartir

3867

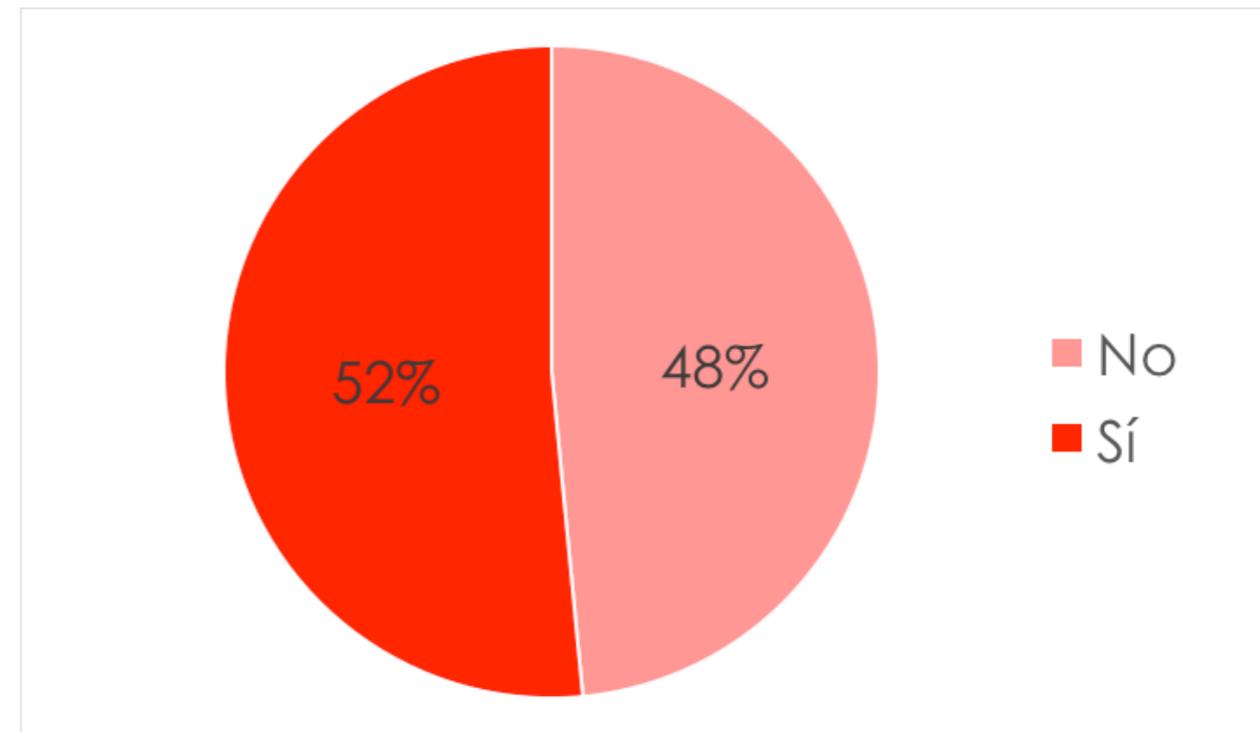
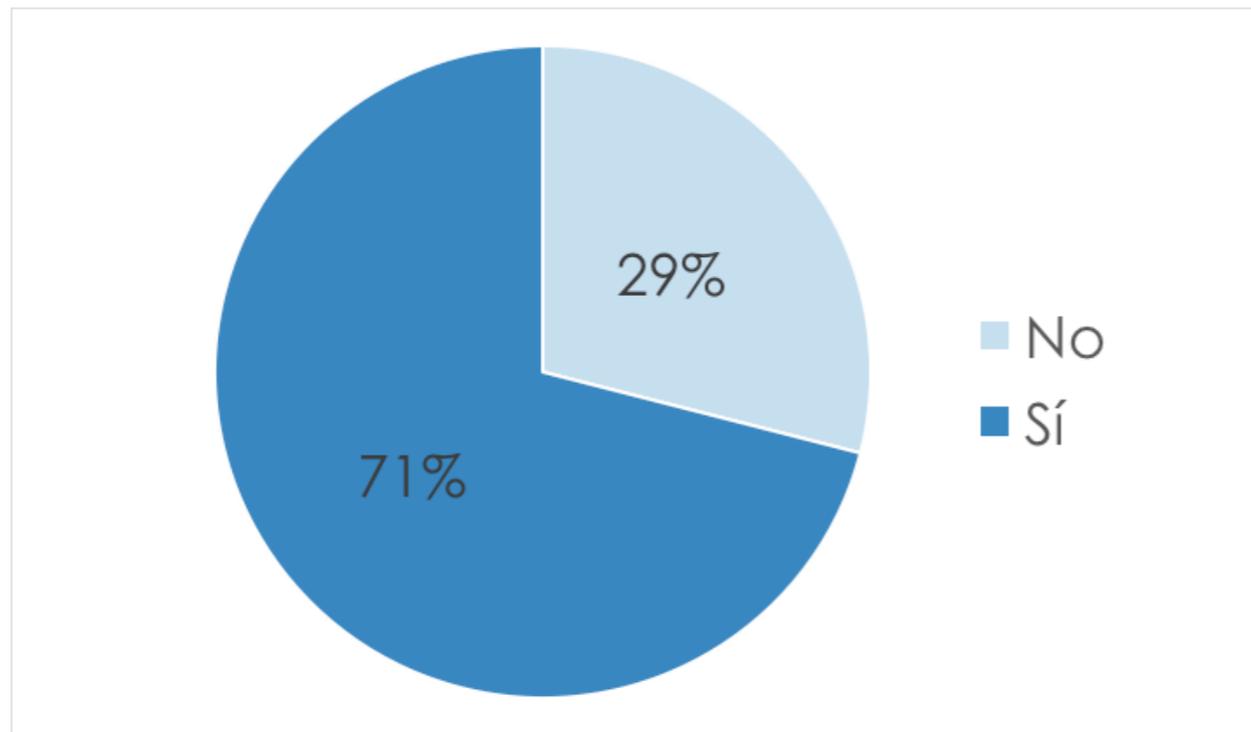


6 de los 10 posts con más participación ciudadana en temas de campaña eran **sondeos** relacionados con los **debates**



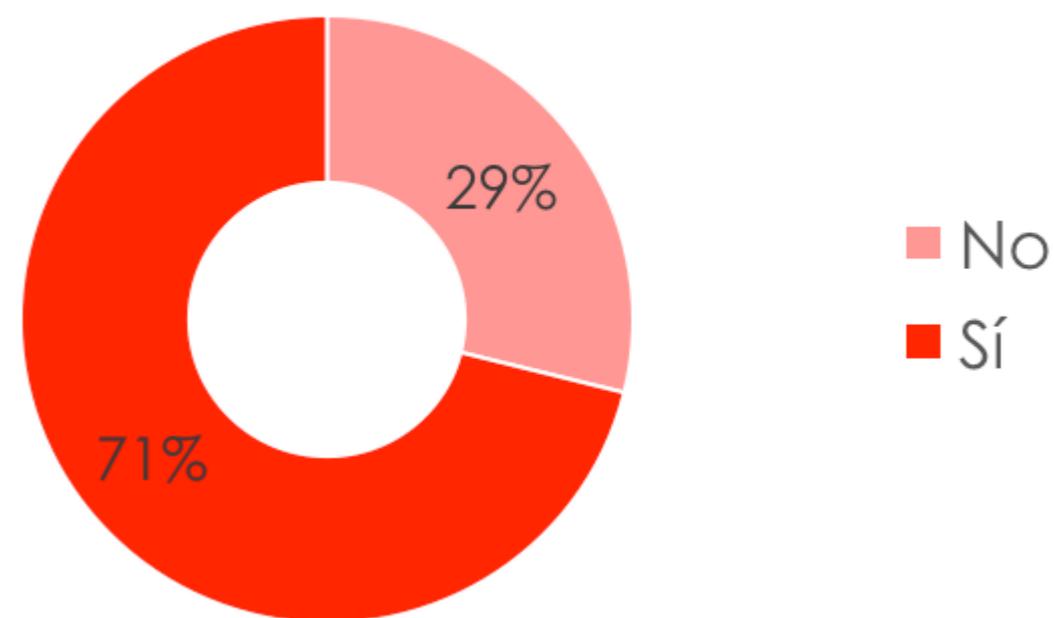
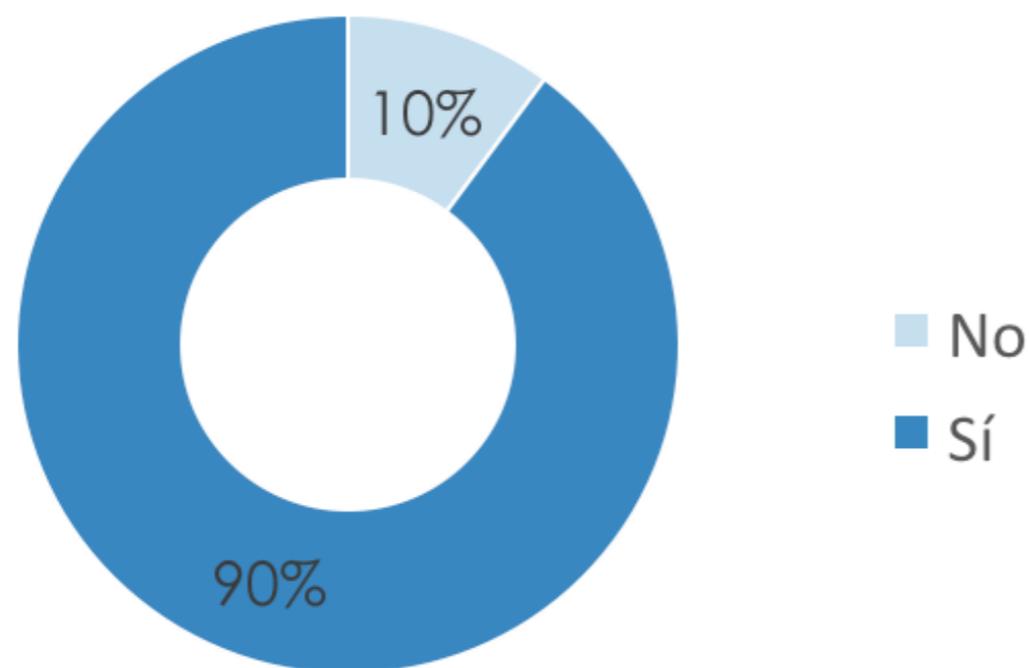
Campaña electoral

Los 100 posts con más “engagement”
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



Asuntos públicos

Los 100 posts con más "engagement"
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



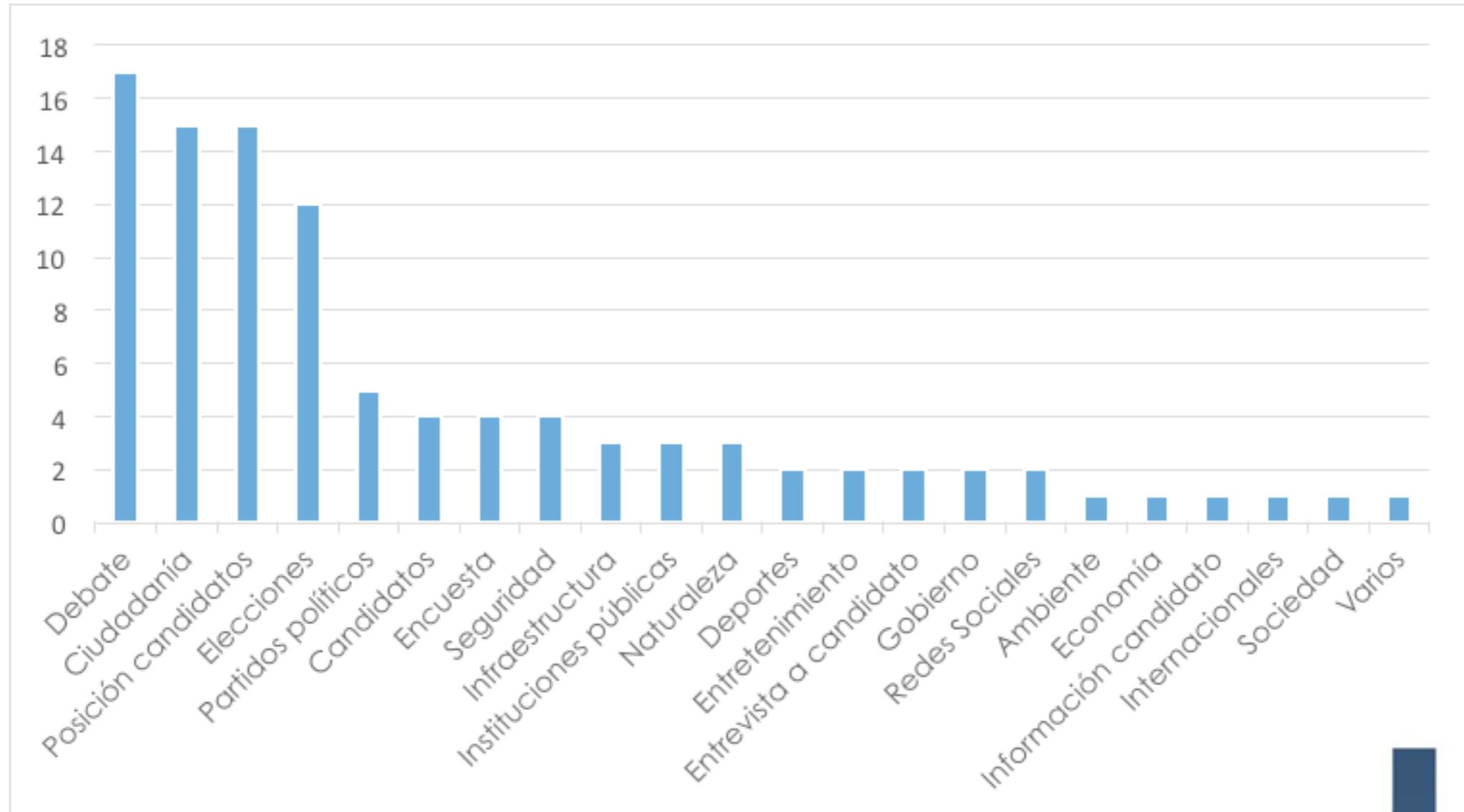
Enero/febrero 2016:

LN 78.4% no / 21.6% si

CRH 94.1% no / 5.9% si

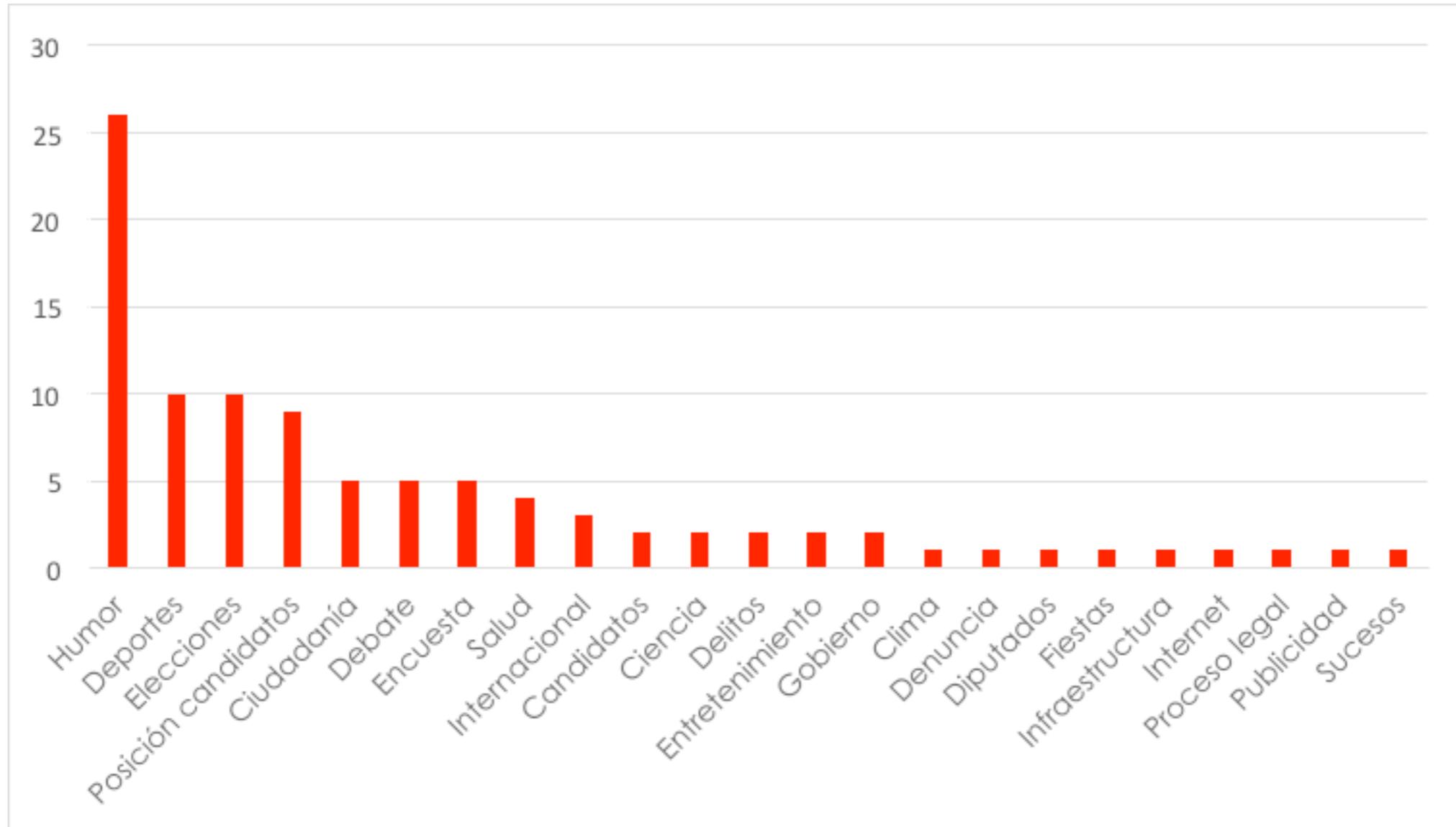
Temas

Los 100 posts con más “engagement”
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



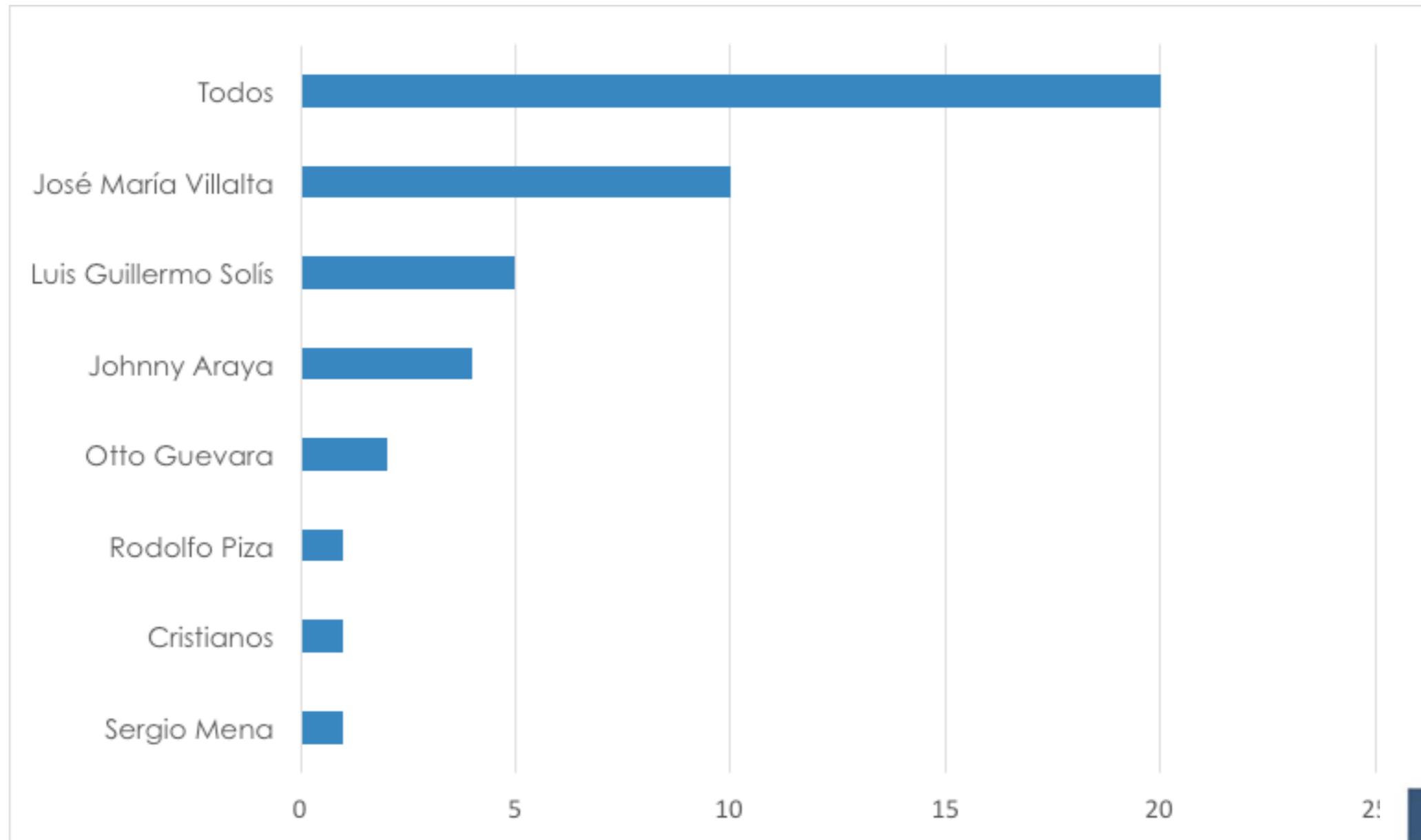
Temas

Los 100 posts con más “engagement”
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



Candidatos

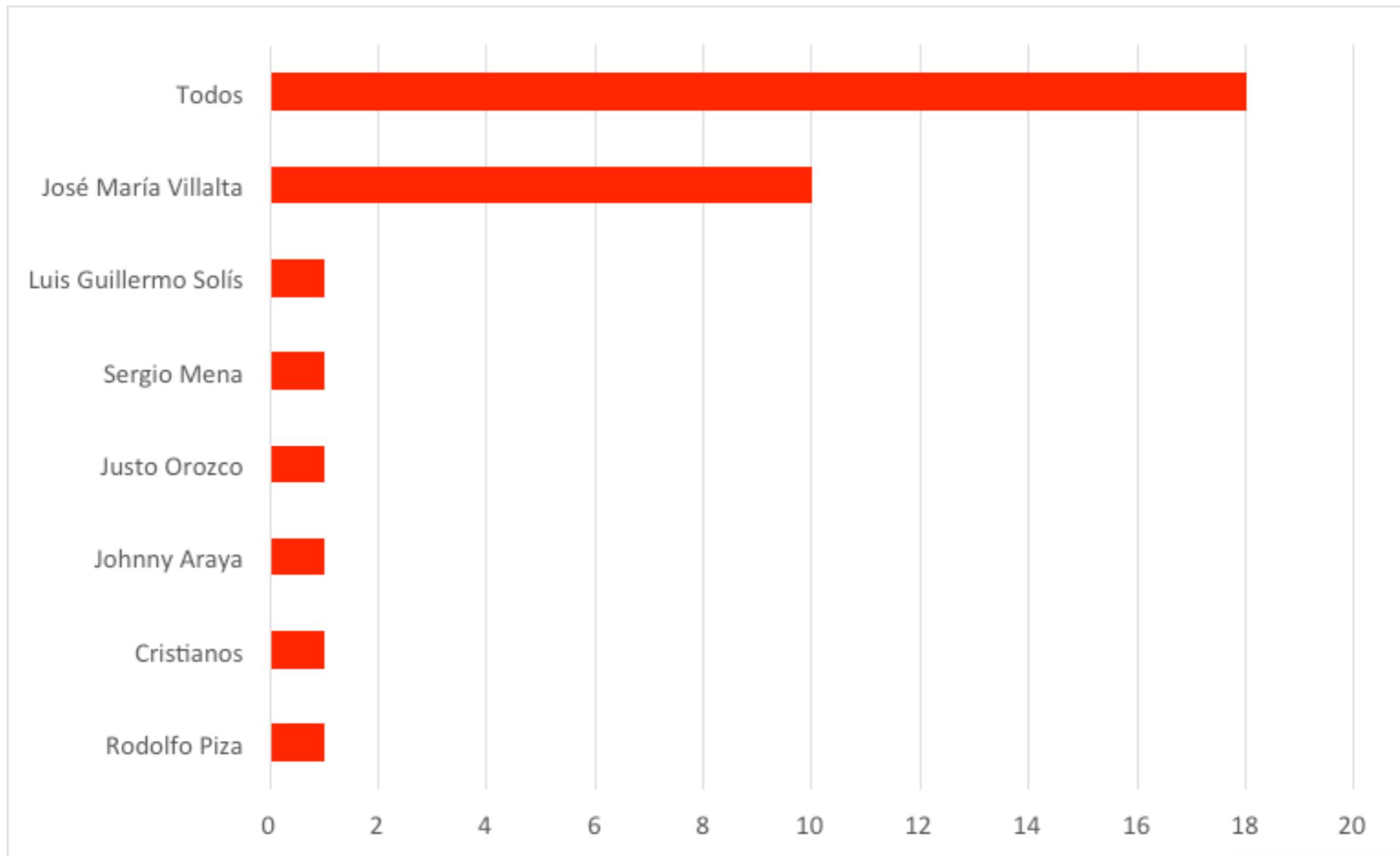
Los 100 posts con más “engagement”
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



44 noticias

Candidatos

Los 100 posts con más “engagement”
Facebook, 1/1/2014 al 1/2/2014



34 noticias

Reflexiones finales

- Se deben aprovechar las tecnologías digitales para potenciar el empoderamiento y la participación ciudadana.
- El mayor interés que pareciera le pone la ciudadanía a los asuntos públicos y a los temas de campaña durante los procesos electorales exige una redoblada responsabilidad por parte de los medios de comunicación
 - ¿Cómo construyen la agenda? ¿qué entra y qué no?
 - ¿Cuáles son los encuadres de lo que publican?