

## Comunicación ciudadana en la campaña presidencial del 2022 en Costa Rica: el caso de los grupos de WhatsApp

Carolina Carazo-Barrantes, Kevin Granados Sánchez, Pablo Mesén Vargas,  
Camila Zúñiga Picado

---

### CAPÍTULO SIETE

#### Introducción

Si se le pregunta a cualquier persona costarricense mayor de 18 años si recibió memes o noticias por WhatsApp sobre la campaña política durante el proceso electoral del 2021-2022, probablemente conteste de manera afirmativa. Esto no es de extrañar si se considera que el 96 % de la población en Costa Rica usa la aplicación, y de ese porcentaje el 93 % lo hace de forma intensa, es decir, todos o casi todos los días (Brenes, Siles y Tristán, 2023). Si bien es cierto, las plataformas digitales no se consumen de manera aislada y las personas suelen conectarse a una mezcla variopinta de redes sociales y sitios web, el fenómeno de WhatsApp en Costa Rica resulta particularmente interesante. Su uso extendido la convierte en una aplicación muy democrática. Según Brenes *et al.* (2023), su uso está distribuido de manera similar en personas entre 18 y 54 años con educación secundaria y universitaria; además, tiene el porcentaje más alto de uso en la población con educación primaria.

De esta forma, un análisis de los procesos comunicativos de la campaña presidencial del 2022 no estaría completo sin el estudio de la comunicación ciudadana en WhatsApp durante las elecciones.

Este capítulo se propone dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo ha venido a cambiar WhatsApp los procesos de circulación y consumo de contenidos en nuestro país?, ¿cómo ha cambiado WhatsApp la manera en que las personas se informan, comparten información y participan en la vida política?, ¿cuán interactivas son las personas usuarias en los grupos de WhatsApp? y ¿cómo experimentan y responden a los contenidos políticos las audiencias a las que les llegan estos contenidos a través de la aplicación?

Entonces, este capítulo pretende explorar los usos que la ciudadanía hace de WhatsApp durante un periodo clave como lo es el proceso electoral y así buscar un acercamiento a la comprensión de las consecuencias de los cambios que ha traído la comunicación cotidiana, móvil y política a través de WhatsApp en la sociedad costarricense y a un mejor entendimiento de su impacto social.

Para el desarrollo y análisis de este capítulo, se desarrolló una metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas a 24 personas que utilizaron la aplicación como uno de los medios para participar en la campaña política; es parte de un estudio más amplio sobre el uso de WhatsApp durante las elecciones del 2022.<sup>1</sup>

Los resultados sugieren que para las personas participantes WhatsApp les asegura recibir información de manera fácil, confiable y curada por otros en quienes confían; los grupos de WhatsApp en los cuales participaron durante la campaña fueron espacios seguros, donde podían dialogar con pares sin entrar en conflictos porque solían coincidir en sus posiciones políticas; la aplicación les permite gestionar la comunicación política segmentando públicos y recibiendo información que no obtendrían de otras maneras o a través de otros medios. No obstante, la preferencia de las personas entrevistadas por participar en grupos en donde hay afinidad de pensamiento genera la inquietud de si esta es una plataforma más en la que las personas usuarias privilegian las cámaras de eco; esta preocupación lleva a otras relacionadas con la polarización del espacio público digital.

### *WhatsApp: participación política en el bolsillo*

WhatsApp es una plataforma móvil de mensajería instantánea que ha venido a cambiar la forma como las personas se comunican. Es parte de la vida cotidiana de la gran mayoría de la población

---

<sup>1</sup> En el marco del proyecto, *Participación política y desinformación en Costa Rica: el caso de WhatsApp (835-C2-310)*, inscrito en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica, se analizaron miles de mensajes compartidos en diferentes grupos durante el proceso electoral y se conversó con personas integrantes de estos grupos.

costarricense, no solo para comunicarse mediante dispositivos electrónicos, sino que también se ha convertido en un nuevo canal a través del cual circula, se comparten y se interactúa con contenido noticioso, incluyendo información política.

A pesar de su uso extendido y ubicuidad, su carácter privado, con comunicaciones encriptadas y *persona-a-persona*, ha dificultado el estudio de su uso, pues al contrario de Facebook y Twitter, por ejemplo, WhatsApp no divulga datos sobre las actividades de sus personas usuarias. En el país se han realizado algunos estudios para entender las implicaciones del uso de Facebook (Carazo, Tristán y Siles, 2021; Siles, 2020; Siles, Carazo y Tristán, 2019; Cruz, 2017, 2018); sin embargo, lo estudiado en relación con WhatsApp es muy poco.

En realidad, se concentra, sobre todo, en referencias a la importancia que tiene la herramienta en la comunicación de la ciudadanía costarricense (Carazo, Tristán y Siles, 2021; Bunse, 2021); pero, por las características de la plataforma y las dificultades de estudiarla, en el país no hay investigaciones sobre el importante papel de WhatsApp en la comunicación ciudadana, en general, y menos durante periodos clave como los procesos electorales. Precisamente, a pesar del papel protagónico que tuvo WhatsApp en la campaña electoral 2018, en el país no hay estudios sobre esta plataforma en el marco de procesos electorales.

Los candidatos presidenciales de la campaña del 2018 señalaron el importante papel que tuvo WhatsApp (Carazo, Tristán y Siles, 2021); Carlos Alvarado y Fabricio Alvarado, los dos candidatos que pasaron a segunda ronda en esa elección, la mencionaron debido a la viralización de contenidos, incluyendo memes y noticias falsas. Este es, entonces, uno de los primeros esfuerzos por estudiar el uso ciudadano de esta herramienta durante una campaña electoral.

### *¿Qué se ha estudiado?*

Si bien en Costa Rica no se han realizado investigaciones enfocadas en WhatsApp, en el mundo se ha estudiado esta aplicación desde diferentes perspectivas: análisis de lenguaje

(Ballesteros, 2016; Calero, 2014; Giraldo, Ríos y Cardona, 2018; Pérez, 2015), hábitos de uso (del Barrio, 2017; Rubio y Perlado, 2015) y su empleo en la educación (Bouhnik y Deshen, 2014; Yeboah y Ewur, 2014; Suárez, 2018), por mencionar solo algunas. También se ha escrito sobre el impacto de WhatsApp en el periodismo, incluyendo las prácticas periodísticas y de reporte (Quiroz-Pacheco, 2015; Fares, 2018; Boczek y Koppers, 2020).

El objetivo de este capítulo es entender el papel de WhatsApp como herramienta para informarse y para participar en el debate público. Al respecto, Gutiérrez-Rubi (2015, pp. 88-89) resume tres de sus principales características que la hacen atractiva como herramienta de comunicación política ciudadana:

1. Posibilidad de crear grupos orientados a la acción, así como grupos temáticos, territoriales y operacionales entre los activistas. Se trata de comunicación en directo y planteamiento de acciones en tiempo real, que se pueden discutir rápidamente, aunque entre estos activistas disten decenas o miles de kilómetros.

2. Posibilidad de un nuevo lenguaje audiovisual: texto, imágenes, videos, emoticonos, entre otros, pueden ser compartidos entre los miembros del equipo. No suelen ser textos largos, sino materiales cortos y muy visuales. La creatividad en el lenguaje es superior gracias a la posibilidad de combinar palabras, emoticonos y recursos.

3. Posibilidad de hacer circular con rapidez elementos audiovisuales. El teléfono permite grabar videos o tomar imágenes en vivo y compartirlos en tiempo real. Es un nuevo lenguaje audiovisual, capaz de conectar con el lenguaje al que están acostumbradas las generaciones más jóvenes: video, audio, imagen e infografía. La rapidez es un factor competitivo en el ecosistema digital y en la creación de la agenda pública.

Debido a la dificultad que implica el estudio de WhatsApp, muchas de las investigaciones se basan en métodos cualitativos (Garimella y Tyson, 2018; Church y de Oliveira, 2013) con consultas a personas usuarias a través de encuestas (Pont-Sorribes, Besalú y Codina, 2020; Valeriani y Vaccari, 2018; Gil de Zúñiga, Ardèvol-Abreu y Casero-Ripollés, 2019; Valenzuela,

Bachmann y Bargsted, 2019), entrevistas (Soares, 2019) y grupos focales (Swart, Peters y Broersma, 2019).

Estudios con estas metodologías de consulta a personas usuarias hablan de hallazgos interesantes. Por ejemplo, Valeriani y Vaccari (2018) exploraron el uso de servicios de mensajería móvil para intercambiar opiniones sobre política en Alemania, Italia y el Reino Unido al preguntarles a 1750 personas (en el año 2015) acerca de sus prácticas de uso de este tipo de tecnología. Entre otros aspectos, encontraron que la mensajería móvil “hace una contribución distintiva a los repertorios contemporáneos de conversación política, con importantes implicaciones para la calidad e inclusión de la discusión política interpersonal” (p. 2). Mientras tanto, Swart, Peters y Broersma (2019) exploraron en seis grupos focales las experiencias relacionadas con usar y compartir noticias a través de grupos privados de WhatsApp y de Facebook. En otro estudio, Gil de Zúñiga, Ardèvol-Abreu y Casero-Ripollés (2019) concluyen que “*WhatsApp* proporciona un entorno más íntimo y controlado en el que los usuarios pueden reunir y compartir noticias casi simultáneamente, discutir políticas y movilizar a otros” (p. 1). Por su parte, Valenzuela, Bachmann y Bargsted (2019) examinan cómo las personas usuarias comparten información, ya sea de contenido personal o de asuntos públicos mediante WhatsApp. El artículo demuestra un incremento del uso de la plataforma por varios motivos, no solo para compartir noticias, sino más bien por aspectos de la propia relación entre las personas usuarias.

Tal y como atestiguan estas investigaciones (no son muchísimas probablemente porque en Estados Unidos, el país con mayor producción académica sobre estos temas, no se utiliza WhatsApp como sí ocurre en otros lugares del mundo), sí hay algunos estudios sobre la contribución que hace esta aplicación a la conversación política. Estas contribuciones son importantes porque el impacto de una herramienta usada por millones de personas en el mundo es parte del fenómeno más amplio de la comunicación digital y la comunicación móvil y debe ser estudiado a la luz de las características específicas de esta plataforma y de las personas usuarias. Por ejemplo, las conversaciones políticas en WhatsApp se

dan “en entornos relativamente más íntimos, cerrados y controlados que en redes sociales” (Valeriani y Vaccari, 2018, p. 4). Entonces, ¿cuáles implicaciones tienen este tipo de características en la comunicación sobre temas de interés público que se da a través de la aplicación?

Precisamente, en un estudio exploratorio como este interesa conocer cuáles son algunos de los fenómenos identificados en la comunicación digital que ya han sido estudiados para otras redes sociales, pero que todavía no se han identificado y analizado en el marco de una plataforma como WhatsApp; por ejemplo, el consumo incidental de noticias (Boczkowski, Mitchelstein y Matassi, 2018), la exposición selectiva (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1948), las burbujas de filtro (Pariser, 2011) y las cámaras de eco (Sunstein, 2001; Ross, Robertson, Fletcher y Nielsen, 2020), entre muchos otros.

## Metodología

Como se indicó en la introducción, este trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio. En este capítulo se presenta una parte del estudio, por lo que el resto aparecerá en artículos posteriores. En esta parte del estudio, se aplicó una metodología cualitativa a una muestra pequeña y no representativa de personas: entre el 1 de noviembre del 2022 y el 15 de febrero del 2023 se realizaron 24 entrevistas semiestructuradas a personas que hubieran sido integrantes de grupos de WhatsApp en donde, durante el proceso electoral, se promovía la discusión de temas relacionados con la campaña política. Las entrevistas se realizaron vía telefónica y duraron entre 30 y 45 minutos. Las personas entrevistadas son o habían sido integrantes de dos tipos de grupos de WhatsApp: grupos ciudadanos sin cercanía a un partido político (dos grupos) y grupos con cercanía a los cuatro partidos políticos que obtuvieron mayor porcentaje de votación en la primera ronda en febrero del 2022 (Partido Liberación Nacional, Partido Progreso Social Democrático, Partido Nueva República y Partido Unidad Social Cristiana) (ver Figura 1). Los grupos ciudadanos eran un grupo de vecinos de una comunidad

en Alajuela centro y el otro estaba conformado por personas que se habían mantenido en el grupo de WhatsApp creado en el marco de un curso de verano de la Universidad de Costa Rica en el 2020. Para asegurar el anonimato de las personas entrevistadas, sus nombres fueron cambiados por pseudónimos.

Divisa	Partido Político	Votos	%
	Liberación Nacional	497 966	27,26%
	Progreso Social Democrático	305 157	16,70%
	Nueva República	270 800	14,82%
	Unidad Social Cristiana	255 866	12,36%
	Liberal Progresista	225 239	12,33%
	Frente Amplio	158 991	8,70%

**Figura 1.** Resultados de las elecciones presidenciales, primera ronda (febrero del 2022)

**Fuente:** Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), 2022.

Las personas entrevistadas se dividieron entre quienes estaban en grupos de WhatsApp afines a algún partido político o candidato (15 personas) y quienes formaban parte de grupos de WhatsApp sin afiliación política, ciudadanas y ciudadanos que, entre otros, compartían en el grupo sobre temas de interés público (nueve personas) (Cuadro 1). Si bien los números telefónicos de las personas fueron elegidos al azar a partir de las listas de integrantes de cada uno de los grupos, la representación resultó paritaria entre hombres y mujeres. En cambio, por lugar de residencia y por edad fue desigual. La mayoría de las personas entrevistadas vive en el Gran Área Metropolitana, aunque hay representación de

cinco de las siete provincias del país. Las personas residentes en Alajuela fueron mayoría puesto que uno de los grupos ciudadanos, precisamente, agrupaba a vecinos de una comunidad de este lugar. En lo relacionado con la distribución etaria de las personas entrevistadas, la mayoría era mayor de 50 años; solo se entrevistó a ocho personas menores de 41 años.

**Cuadro 1.** Personas participantes entrevistadas de los grupos de WhatsApp

	Pseudónimo	Sexo	Edad	Ocupación	Provincia	Grupo de WA	Estatus*
1	Sergio	M	22	Ingeniero informático	San José	Partido 1	Sigue
2	Bernal	M	61	Administrador de negocios	Cartago	Partido 1	Se salió
3	Rocío	F	53	Asesora legislativa	San José	Partido 1	Se salió
4	Emilia	F	78	Pensionada	Cartago	Partido 1	Sigue
5	María Celina	F	69	Empresa familiar	Alajuela	Partido 2	Sigue
6	Angélica	F	39	Administradora de negocios	Alajuela	Partido 2	Sigue
7	Daniela	F	56	Técnica de farmacia	San José	Partido 2	Sigue
8	Juan Diego	M	29	Asesor de ventas	Alajuela	Partido 3	Se salió
9	Elián	M	33	Abogado	Alajuela	Partido 3	Sigue
10	Diana	F	24	Estudiante	San José	Partido 3	Sigue
11	Jaime	M	35	Consultor	Alajuela	Partido 3	Sigue
12	Helena	F	40	Economista	Heredia	Partido 4	Sigue
13	Ana	F	57	Ama de casa	San José	Partido 4	Sigue
14	Randall	M	59	Contador	Guanacaste	Partido 4	Sigue
15	Juan	M	66	Pensionado	Cartago	Partido 4	Sigue
16	John	M	36	Administración	Alajuela	Ciudadano 1	Sigue
17	María	F	68	Pensionada	Alajuela	Ciudadano 1	Sigue
18	Laura	F	63	Ama de casa	Alajuela	Ciudadano 1	Sigue

	Pseudónimo	Sexo	Edad	Ocupación	Provincia	Grupo de WA	Estatus*
19	Javier	M	65	Abogado	Alajuela	Ciudadano 1	Se salió
20	Mario	M	57	Profesor universitario	Heredia	Ciudadano 2	Sigue
21	José Pablo	M	70	Comunicador	San José	Ciudadano 2	Sigue
22	Emilio	M	26	Comunicador	San José	Ciudadano 2	Sigue
23	Sara	F	49	Comunicadora	Heredia	Ciudadano 2	Sigue
24	Gabriel	M	50	Consultor	San José	Ciudadano 2	Sigue

\* A febrero de 2023

**Fuente:** elaboración propia.

## Resultados

### *WhatsApp como fuente alternativa de información*

Incluso para quienes tenían su voto decidido al iniciar la campaña electoral, varios meses antes del día de las votaciones, los grupos de WhatsApp fueron útiles como fuentes de información. Varias personas entrevistadas coincidieron en señalar que uno de los valores agregados que traen algunos grupos de WhatsApp es tener acceso a información a la que, de otras maneras, no podrían conocer. Sara, integrante de uno de los grupos ciudadanos, explicó: “el grupo me aportó información, sobre todo artículos y análisis que yo no iba a encontrar por mí misma”. Emilio, también integrante de uno de los grupos ciudadanos, lo planteó así:

Tal vez de algunas cosas que se compartieron en el grupo yo no me hubiera dado cuenta o no hubiera podido tener acceso a algunos artículos de no haber sido porque se compartieron en el grupo. En el grupo se compartían contenidos que no estaban en redes sociales; eran como conversaciones paralelas a las agendas mediáticas que me ayudaban a darle otra perspectiva a las noticias o a tener más claro por qué pasó algo o qué fue lo que realmente dijo alguien.

Este tipo de grupos de WhatsApp no solo se convierte en fuentes de información alternativa, sino también en datos que, a juicio de algunas personas entrevistadas, ya ha pasado por una curaduría, confiable, a sus ojos. Al respecto, Sara explicó:

Los compañeros y compañeras del grupo encontraban artículos y análisis que recomendaban; eran recomendaciones que me generaban confianza porque los percibía como contenidos que habían pasado por varios filtros, que no eran falsos ni vacíos, sino contenidos que resonaban con mi visión del mundo; contenidos, además, recomendados por personas críticas y que me aportaban para seguir manteniendo yo posturas críticas.

Además, Juan Diego, integrante de uno de los grupos partidarios, agregó que este tipo de grupos, “sobre todo los que comparten información y contenidos afines a las posiciones políticas de uno, sirven para que uno pueda reafirmar lo que uno piensa, lo que uno cree en cuanto a temas políticos”.

Para Emilio, los contenidos compartidos en el grupo no siempre eran los mejores, pero sí le permitían complementar la información que le llegaba por otros grupos y por los medios de comunicación: “los contenidos del grupo de WhatsApp me ayudaron a unir piezas del rompecabezas más amplio”, aseguró.

Otras personas de uno de los grupos ciudadanos valoran el poder acceder a información confiable gracias al grupo y, además, el nivel de las personas interlocutoras permite propiciar discusiones con sentido político. Una de las personas integrantes, de 70 años, valoró esto en el marco de la época de pospandemia:

Durante la pandemia, yo quedé muy aislado, entonces, un grupo como este me ha permitido ampliar la perspectiva y tener otros interlocutores más allá del estrecho ámbito donde uno ha quedado circunscrito. Yo soy una persona bien informada, pero el grupo me ha permitido ampliar la perspectiva. Es un grupo con interlocutores que enriquecen.

Por su parte, las personas entrevistadas que eran integrantes de grupos afines a partidos políticos destacaron el valor de la

información primaria compartida en el grupo. Muchas dijeron que su principal motivación para estar en el grupo era mantenerse informadas sobre la campaña. Juan Diego, integrante de uno de estos grupos de WhatsApp, destacó que a través del grupo le llegaba información

de la fuente más importante, que era del candidato; había posibilidad de enterarse de actividades, debates, entrevistas y se podía escuchar directamente al candidato, sin que nadie le estuviera contando a uno. En esos grupos es una forma de estar cerca del candidato, aunque sea indirectamente. Ahí se comparten cosas, que si usted no está en el grupo, nunca se daría cuenta que pasan.

Para Eida, integrante de otro de los grupos afín a un partido político, estar en un grupo de ese tipo

es una forma para estar informada y dándose cuenta de las cosas específicas que le interesan y no tener que ir a leerse todo un periódico o ver todo un noticiero cuando a veces ni siquiera mencionan los temas puntuales que a una le interesan; en cambio en el grupo de WhatsApp, ahí sí, una puede informarse de lo que le importa y también una se va formando criterio sobre distintos temas cuando se ve lo que se comenta en el grupo.

El contraste entre la información recibida a través de estos grupos y la expuesta en los medios de comunicación tradicional no solo se limitó a la segmentación y especialización de la información. Juan, un señor de 66 años de uno de los grupos partidarios, explicó que estar en grupos de WhatsApp del partido en donde coincidían personas de todo el país le permitió no solo tener un panorama más amplio sobre la situación nacional, sino sentirse escuchado y escuchar a sus pares:

En WhatsApp yo me doy cuenta cómo está mi país, no se compara con la basura de la prensa. En la prensa como ciudadanos no existimos, somos borrados; pero en WhatsApp me pude dar cuenta que la insatisfacción con la política no era solo algo que yo sentía, sino que éramos muchos en todo el país. Somos mu-

chos conectados y cada uno está en diferentes lugares, así que todos comparten y es impresionante de lo que uno se entera, todo el repertorio del estado del país al instante. Antes yo no tenía la posibilidad de estar informado tan ampliamente y en tanto detalle.

### *Afinidades, cercanías y desencuentros*

Formar parte de grupos en WhatsApp es una decisión voluntaria. Si bien alguien puede ser incluido en un grupo porque una persona conocida agregó su número al formar el grupo o después, salirse está al alcance de un clic. De partida, entonces, todas las personas entrevistadas estaban o estuvieron en grupos de WhatsApp afines a partidos políticos o en grupos en los cuales, entre otros asuntos, se discutían temas de interés público, por voluntad propia. Sobre el tema de la permanencia en estos grupos, al preguntárseles cuán importante era la afinidad de pensamientos entre las personas integrantes, las respuestas resultaron reveladoras y variadas. Para muchas de las personas entrevistadas esa coincidencia en el pensamiento político era no solo importante, sino también fuente de seguridad y de confianza, al mismo tiempo que permitía construir sobre bases comunes.

Sara, integrante de uno de los grupos ciudadanos, explicó que si quería debatir o “pelearse” con alguien, lo hacía en otro espacio como Facebook. Para ella, “el mundo puede tener muchos espacios hostiles y yo quiero que mis espacios privados, como los grupos de WhatsApp, no sean espacios hostiles. Me interesa que haya niveles importantes de afinidad. No del 100 %, pero sí en su mayoría”. Esto de “no pelear” y evitar el conflicto es algo muy engranado en la idiosincrasia costarricense y se repitió en varias de las entrevistas. Emilia, una señora de 78 años, casi siempre forma parte de grupos donde hay más afinidades que desencuentros. Su estrategia cuando se comparten comentarios con los cuales no está de acuerdo es no darles importancia: “tomo lo que me sirve y lo que no me sirve no le doy importancia; ponerme a pelear con otras personas del grupo no me interesa”.

Además de evitar el conflicto, según Angélica, participante en uno de los grupos partidarios, discutir con quien no hay

coincidencia es una pérdida de tiempo: “yo no estoy en grupos que no compartan mis ideas porque es perder el tiempo. En esos grupos una pasa discutiendo y peleando con alguien a quien usted no le va a cambiar el punto de vista. Ni él me va a cambiar a mí, ni yo lo voy a cambiar a él”.

Los grupos de WhatsApp con integrantes con afinidad de pensamientos y posiciones ideológicas fueron mencionados por varias personas entrevistadas como espacios seguros. La manera como cada quien entiende la seguridad varía. En un extremo, un espacio no seguro es entendido como donde hay “traiciones” y “soplones”. Este fue el caso de Diana, integrante de uno de los grupos afín a un partido político, quien se lamentó haber estado en grupos donde

había muchos soplones y si lo que uno compartía no estaba aliado con lo que algunas personas pensaban, había que cuidarse mucho. Eso pasa en grupos de partidos políticos que no son cristianos. En los grupos de sindicatos hay mucha traición (en los cristianos también, porque sí ha habido, pero no es algo cotidiano).

Diana, quien se autodefine como “evangélica cristiana, sin ser radical”, aprecia el grupo del partido político con principios cristianos porque “en los grupos de ese partido me siento con mayor libertad para hablar del tipo de temas que a mí me interesan, de valores cristianos. En otros grupos a uno le prohíben hablar de Dios y de temas religiosos”.

Para Elián, de otro de los grupos partidarios, si bien quienes forman parte del grupo no tienen que estar de acuerdo en todo, “sí es importante que sea un espacio seguro para compartir ideologías; porque a veces hay espacios donde uno expresa su opinión y es atacado por pensar diferente a otras personas”. En otras palabras, podría considerarse el extremo opuesto al mencionado por Diana, la seguridad pasa también por el respeto y la tolerancia; así lo explicó Mario, de uno de los grupos ciudadanos:

No se trata ni siquiera de que haya afinidad ideológica, sino de que se compartan criterios básicos para el intercambio, que partan del respeto y de la construcción de la discusión basada

en fundamentos, eso casi no se da en los chats. Más bien cuando he estado en chats y se empiezan discusiones que parten de información falsa o basada en narrativas que no tienen ningún asiento, yo me he salido.

Diana, una de las responsables de uno de los grupos con vinculación partidaria, subrayó la importancia de la afinidad en términos de trabajo y organización. Para ella, es más fácil organizarse y ejecutar las ideas que se quieren promover cuando se encuentra a personas con formas de pensar parecidas y tienen las mismas motivaciones. De esa manera “los proyectos se pueden ejecutar más fácilmente trabajando en equipo”.

En una línea parecida se expresó Emilia, también integrante de un grupo con vinculación partidaria, para quien el interés común, el del partido, era lo que le daba valor a su permanencia en el grupo: “Nuestras ideas políticas eran las mismas, lo que se comentaba en el grupo nos interesaba a todos”. María Celina, otra participante de un grupo de corte partidario, fue más allá al asegurar que en el grupo de WhatsApp de su partido “éramos como una familia”.

A pesar de que hubo gran coincidencia en torno a las ventajas de compartir con personas con pensamientos afines, las personas entrevistadas comentaron sobre grupos en donde la dinámica es diferente, como en los del trabajo o familiares. “En los grupos de trabajo se comparten cosas con las que uno no está de acuerdo, pero tiene que estar ahí y aguantar”, se lamentó Juan Diego. Para Mario, integrante de uno de los grupos ciudadanos, a veces se elige estar en grupos en los cuales, “de entrada”, no se está de acuerdo con sus posturas, pero sirven para conocer la perspectiva de quienes interactúan ahí, aunque no se comparta: “en este tipo de grupos uno se mantiene mirando de lejos; además, le permite tener información que por otros canales no circula; pero uno sabe que ahí hay un sesgo”.

### *Participaciones diferenciadas*

Todas las personas entrevistadas identificaron liderazgos en los grupos de WhatsApp durante la campaña electoral. En

el caso de esta plataforma de mensajería, al preguntarles cómo identificaban a las personas líderes, hubo coincidencia en que se trataba de quienes más compartían contenido y proponían temas. Al respecto, José Pablo, integrante de uno de los grupos ciudadanos, opinó: “En los grupos siempre hay alguien que es líder de opinión, son quienes están poniendo los temas”.

En algunos de los grupos con vinculaciones partidarias, los líderes del partido (como un expresidente del país, por ejemplo) también eran reconocidos como líderes en el grupo de WhatsApp aunque no cumplieran con el perfil de participar mucho en el grupo, proponer agenda o compartir contenidos.

De acuerdo con Emilio, integrante de uno de los grupos ciudadanos, los liderazgos se distinguen porque “hay gente que comparte más que otra gente y gente que lo hace sistemáticamente”. No obstante, se cuestionó si el solo hecho de compartir los califica como líderes:

Me queda la duda de si llamarlos líderes, porque no necesariamente hablan sobre lo que comparten o dan su posición sobre lo que comparten, sino que yo asumo su posición por lo que comparten. Son quienes distribuyen más noticias, quienes ponen la agenda en el grupo, pero no siempre se posicionan sobre el tema o dan un criterio propio sobre lo que comparten, entonces no sé si calza con la definición de líder de opinión porque no opinaban ni dirigían de alguna u otra forma la conversación con su punto de vista.

Es interesante cómo las personas integrantes de los grupos identifican el perfil de participación propio y de sus pares. Para nombrar a quienes están en los grupos, pero no participan ni en las discusiones ni comparten contenido (el caso de algunas de las personas entrevistadas), Juan Diego empleó el término “voyeristas”, refiriéndose al término derivado de la palabra francesa: *voyeur*, participio del verbo *voir* (ver): “Siempre somos los mismos los que participamos. Hay algunos voyeristas. Uno sabe que están ahí porque de pronto felicitan y dicen feliz cumpleaños”.

Sin embargo, la práctica de pertenecer a esos grupos y no participar activamente tiene diversos matices y explicaciones.

Una de las razones, mencionada por varias de las personas entrevistadas, entre ellas Mario, es la de tener un termómetro para saber qué piensa cierto grupo, conocer su perspectiva. Para Javier, también integrante de uno de los grupos ciudadanos, aunque el grupo en el que él estuvo durante la campaña se volvió “tóxico” porque había posiciones agresivas y poco respetuosas, “uno tiene que leerlo todo y escuchar a todos; lo que no te sirve, lo dejás, lo que sí te sirve lo usás”.

Una de las personas entrevistadas, más joven que el promedio, aludió al factor generacional. Para esta persona, la apertura para criticar lo que uno defiende es más fácil con gente de la misma edad, entre quienes puede haber más apertura a escuchar; en su opinión, las personas de más edad son más tajantes de cara a algunos temas.

Otra de las razones mencionadas durante las entrevistas para no participar se relaciona con los espacios seguros. Varias de las personas describieron comportamientos propios que refieren a la teoría de la espiral del silencio; es decir, quienes integran los grupos tienen la sensibilidad de leer el clima de opinión imperante en el grupo y, si sus opiniones no coinciden con las de la mayoría, prefieren mantener silencio. Emilio, por ejemplo, explicó: “En el grupo había mucha gente cercana a un partido político específico, son personas que uno sabe que ya tienen sus posiciones muy definidas. Yo sentía que no era el espacio para criticar a ese partido, no sentía que se iba a recibir bien, entonces prefería no hacerlo”.

### *Participación política y activismo*

Algunas de las personas entrevistadas dijeron tener y usar otras herramientas de mensajerías, como Telegram y Signal; sin embargo, la aplicación que usan en mayor medida y cotidianamente es WhatsApp porque ahí están conectados todos sus contactos. Emilia, la señora de 78 años, lo planteó en los siguientes términos:

Todo el mundo lo usa [WhatsApp], hasta los viejos lo usamos. Son recursos modernos muy valiosos que se deben aprovechar para la política. Ahora es muy diferente, ahora usted puede llegar con facilidad a todo el mundo. Antes había que ir a las comunidades, o por radio, que nunca era igual. Ahora WhatsApp es insustituible y ayuda muchísimo. Sabiéndolo aprovechar es muy valioso.

Precisamente, algunas de las personas entrevistadas con cargos de liderazgo en los partidos políticos explicaron cómo procuran sacarle provecho a la herramienta desde el punto de vista de organización política. Para Diana, WhatsApp le ha funcionado en especial para temas organizativos: “Cuando queremos hacer algún movimiento social, político, o hacer grupos de estudio de algún tema, a través de WhatsApp se reúne a la gente y se facilita la organización para ejecutar ideas y proyectos”. Diana, quien es líder en el movimiento de juventudes de su partido, reconoció que “siempre se comparte información en todos los chats en los que uno está, algunos grupos son genéricos para pasar información a gente de todo el país, pero hay chats que son específicos donde están las personas que son más apuntadas a trabajar”.

De las conversaciones con líderes de los distintos partidos políticos se desprende que los partidos tienen decenas de grupos: a nivel nacional, provinciales (siete) y cantonales (más de 80). También existen aquellos dirigidos a mujeres y juventudes, entre otros públicos meta. Las personas más activas dentro del partido pueden estar en varios de esos grupos al mismo tiempo. Elián, líder político de uno de los partidos estudiados y representados en los grupos de WhatsApp, explicó que él generaba contenido para un grupo de juventud, que, en sus palabras, era “un grupo central” y, luego, “compartía ese contenido hacia distintos grupos de otros cantones y de la provincia. También compartí contenido fuera de grupos partidarios, con el propósito de atraer juventudes al partido y atraerlos a la candidatura que apoyábamos”.

Además, Elián explicó cómo en los grupos de WhatsApp “se visibilizaron y se promovieron liderazgos: se visibilizaron conforme las personas iban aportando en los grupos y se promovieron incluyéndolos en las estructuras de cada cantón”.

Para él, este tipo de grupos, en especial el de juventudes del partido, sirven para hacer cohesión entre juventudes de diferentes partes del país, para promover sinergias, poner a gente en contacto y entender cuáles son sus aspiraciones y su participación desde diferentes trincheras.

Si bien todas las personas entrevistadas coincidieron en el valor y la utilidad de WhatsApp como herramienta para la participación política y el activismo, algunas de las personas de los grupos ciudadanos fueron enfáticas en alertar sobre el activismo limitado a redes sociales y plataformas como esta. José Pablo, de 70 años, se lamentó:

Casi el único activismo que estoy haciendo es a través de WhatsApp. Esto sucedió por la pandemia. Nos redujo a la mínima expresión. Terminamos atomizados. Antes era activista de calle, de ir a reuniones; era presencial. Ahora somos militantes de redes sociales.

De acuerdo con Gabriel, también integrante de uno de los grupos ciudadanos, si bien WhatsApp es el medio en donde se hacen las luchas, las demandas, las iniciativas,

hay una tendencia que considero peligrosa de creer que a través del WhatsApp y de redes sociales similares se hace toda la política. Estos son instrumentos de sociabilidad que pueden ser utilizados para el quehacer político, pero son solo eso, hay otras dimensiones del quehacer político que son igual o más importantes; la presencialidad en la organización, por ejemplo. No se debe creer que solo a través de WhatsApp se hace política. Lastimosamente mucha gente piensa que ahora hacer política es mandar algo por WhatsApp o postear en Facebook o Instagram y que con eso ya hicieron su labor.

## Discusión

Hace casi una década, Webster (2014) planteó que la forma en cómo las personas asignan su atención sería fundamental para determinar el impacto social de los medios digitales. En aquel momento, el debate se dividió entre quienes pensaban que se

estaba ante el surgimiento de un modelo participativo, en el cual ganaría el intercambio de ideas de lo mejor que la sociedad podía ofrecer, y entre quienes, por el contrario, estaban convencidos de que vencerían los prejuicios y los algoritmos filtradores y las audiencias se segregaría en nichos y cámaras de eco.

El análisis de los contenidos que se compartieron en grupos de WhatsApp durante el proceso electoral del 2022 en Costa Rica y las entrevistas a algunas de las personas integrantes de estos grupos son testimonio de que el escenario menos optimista pareciera ser el que prevaleció. En el contexto contemporáneo de disputas por la atención de las audiencias y por el control de verdades y discursos, en un ecosistema mediático fragmentado y de dietas mediáticas hiper individualizadas, lo que este estudio pareciera revelar es que las audiencias escogen y privilegian sus burbujas y cámaras de eco.

Por la centralidad que tiene la teoría de las cámaras de eco y las burbujas de filtro en esta discusión, se considera pertinente detenerse en su definición. Ross *et al.* (2020, p. 11) explican la diferencia entre ambos conceptos. Para ellos, una cámara de eco es una forma de burbuja, pero el término no prejuzga por qué algunas personas pueden vivir en tales burbujas; es posible, por ejemplo, que esto se elija hacerlo activamente. Una burbuja de filtro, por otro lado, es una cámara de eco producida por algoritmos de clasificación dedicados a la personalización pasiva sin ninguna elección activa de las personas usuarias.

Dahlgren (2021) resume las dos preocupaciones relacionadas con los fenómenos de las burbujas de filtro y las cámaras de eco. En primer lugar, las personas usuarias tienden a buscar información que confirme sus creencias, actitudes o intereses existentes (información de apoyo) y, en segundo lugar, los servicios de Internet, como los sitios de redes sociales y los motores de búsqueda, utilizan algoritmos para ofrecer cada vez más información de apoyo con el fin de atraer a las personas usuarias. Estos dos procesos pueden reforzarse mutuamente para quienes ya no entren en contacto con información que desafíe sus creencias, actitudes o intereses existentes (información desafiante) y más bien se aíslan en una burbuja de filtro: un

“universo único de información para cada uno de nosotros” (Pariser, 2011, p. 9).

Contrario a otras plataformas que marcan la vida cotidiana (como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok), en las cuales los algoritmos detrás de su funcionamiento conducen a las personas usuarias hacia burbujas de filtro (Pariser, 2011), en WhatsApp son ellas quienes directamente utilizan la plataforma quienes toman la decisión de agruparse en cámaras de eco; es decir, hay un proceso de autoselección (*self-selection*).

Esta autoselección en los diferentes grupos de WhatsApp con líneas de pensamiento afines se enmarca también en la democracia epistémica. Para Waisbord (2018): “Las comunidades de creencias dispersas y ancladas en una lealtad común a la política, la ideología y la religión, así como a variables sociodemográficas (por ejemplo, educación, estilo de vida y clase) tienen infinitas oportunidades para comunicarse en plataformas digitales” (p. 1870). En el espacio público digital, WhatsApp ocupa un nicho particular. Al parecer no viene a enriquecer la añorada ágora digital, sino que es el lugar en donde las personas buscan a sus pares, a quienes piensan como ellos, con quienes sienten que coinciden políticamente y con quienes pueden intercambiar datos en lo que reconocen como espacios seguros.

En una revisión crítica de la literatura, Ross *et al.* (2022) encontraron que son una minoría las personas altamente partidistas que optan por ese proceso de autoselección que las lleva a internarse en cámaras de eco. Para el caso de Costa Rica, no se tiene la respuesta sobre la representatividad de estas personas integrantes de grupos de WhatsApp en relación con el padrón electoral o con la ciudadanía en general, pero sí se puede afirmar que, por lo menos para los casos de grupos de WhatsApp cercanos a los diferentes partidos políticos, sí se trata de personas altamente partidistas.

En todo caso, este proceso de autoselección para integrarse a grupos de WhatsApp que, al fin y al cabo, son como tribus, puede explicarse como parte de un proceso natural y muy estudiado de exposición selectiva; es decir, cuando las personas tienen una actitud o creencia preexistente y se les da a elegir, de acuerdo

con la teoría de exposición selectiva, se espera que busquen información de apoyo y eviten la información desafiante. El análisis de exposición selectiva ha demostrado que las personas, en promedio, prefieren la información de apoyo a la desafiante (Lazarsfeld *et al.*, 1948).

Precisamente, las personas de los grupos de WhatsApp estudiados valoran que el grupo sea una fuente de información con la que están de acuerdo, sea curada y les resulta valiosa. Esto se vuelve notable en un ecosistema mediático donde si bien se cuestiona la abundante oferta de noticias en línea, diferentes estudios han encontrado que la cantidad de tiempo que las personas invierten en buscarlas y leerlas es limitada (Ross *et al.*, 2022, p. 8). En Costa Rica, una investigación sobre los comportamientos oculares encontró que el porcentaje de noticias al que están expuestas las personas usuarias en Facebook es bajo (entre el 5 y el 10 %) (Vergara *et al.*, 2020) y el 70 % de las noticias que se encontraban en su muro de Facebook las habían visto en menos de cinco segundos (Vergara *et al.*, 2021).

Ante esto, WhatsApp se convierte en una vía más para la materialización de otro fenómeno bien documentado de la esfera digital, el de “las noticias me encuentran” (“news finds me”) (Gil de Zúñiga y Diehl, 2019; Gil de Zúñiga, Weeks y Ardèvol-Abreu, 2017; Gil de Zúñiga y Zicheng, 2021) o consumo incidental de noticias (Boczkowski, Mitchelstein y Matassi, 2018). El fenómeno de “las noticias me encuentran” ha sido documentado especialmente para *feeds* (flujos de contenido) y redes sociales en línea (Gil de Zúñiga y Zicheng, 2021, p. 3), pero, dados los resultados, está muy claro que también deberían incluirse aplicaciones como WhatsApp al referirse a los espacios en donde las personas “encuentran” noticias.

Otro fenómeno ampliamente explorado y que se suma a las posibles explicaciones detrás del consumo de información política en los grupos de WhatsApp estudiados es el del creciente desencanto y dura crítica a los medios de comunicación tradicionales (Campos, Tristán y Siles, 2018; Tristán y Carazo, 2021). Así, estos grupos no solo sirven para que “las noticias me encuentren”, sino que se convierten en una fuente de información alternativa a los medios de comunicación tradicionales. En los

grupos, las personas perciben que tienen acceso a información de “primera mano” y a información curada y validada por contactos con quienes coinciden (por lo menos) en sus posiciones políticas. Esa conveniencia brinda un sentimiento de tranquilidad en un ambiente de desconfianza generalizada hacia los medios y hacia los demás. En el contexto de la campaña presidencial del 2022 en Costa Rica, durante la cual el candidato ganador tenía un fuerte discurso antiprensa, las personas integrantes del grupo de WhatsApp de dicho partido encontraron en esa comunidad un espacio para hacer eco de las denuncias de su candidato contra la prensa y para compartir informaciones “alternativas” a las de la agenda mediática que denunciaban.

La información curada y compartida por las personas líderes en los grupos de WhatsApp, en un contexto descrito como un ecosistema mediático en donde impera la desconfianza de cara a los medios tradicionales, también recuerda la clásica teoría de la comunicación del flujo en dos etapas de Paul Lazarsfeld (en Katz, 1957). De acuerdo con esta teoría las influencias derivadas de los medios de comunicación primero alcanzan a las personas líderes de opinión, quienes, a su vez, transmiten lo que leen y escuchan a otras personas cercanas a las que consideran influyentes. Es decir, ahora, las redes de personas conectadas (en este caso a través de grupos de WhatsApp) son parte importante de la manera de canalizar la comunicación masiva y el papel de esas personas líderes sigue siendo vital. Desde esta perspectiva teórica, los contactos personales suelen ser más frecuentes y efectivos que los medios para influenciar las decisiones de voto, lo cual se puede ver traducido en las dinámicas de los grupos de WhatsApp.

Finalmente, el hecho de que los grupos de WhatsApp sean considerados espacios seguros también debería analizarse a la luz de la propuesta de Papacharissi (2015) sobre públicos afectivos. La autora se pregunta cómo las redes sociales constituyen nuevas avenidas para que las personas se expresen y participen, algo que les ayuda a sentir que sus puntos de vista importan y son dignos de expresarse. En una aplicación como WhatsApp en la cual, precisamente, el entorno es percibido como más seguro o, por lo menos, más controlado en comparación con otras redes

sociales, ¿cómo se manifiestan estas necesidades afectivas en el marco de conversaciones sobre temas de interés público y en el de una campaña electoral? Las respuestas de la mayoría de las personas entrevistadas apuntan a que WhatsApp, en efecto, facilita sentimientos de pertenencia de manera distinta que las redes sociales (que estudia Papacharissi). ¿Cómo y con cuáles características, entonces, es que en WhatsApp se da ese fenómeno de “acción conectiva” del que hablan Bennett y Segerberg (2013) refiriéndose a las redes sociales?

El carácter exploratorio de este capítulo deja más preguntas que respuestas; sin embargo, abre las puertas para comenzar a estudiar las posibles explicaciones a las interrogantes sobre las posibilidades, los alcances e incluso las limitaciones de la comunicación ciudadana por WhatsApp.

## **Reflexiones finales**

Este capítulo exploró los usos que la ciudadanía costarricense hizo de WhatsApp durante la campaña presidencial del 2022. Si bien la metodología cualitativa no deja hacer generalizaciones, sí permitió profundizar en algunas de las explicaciones sobre cómo esta aplicación, de uso casi universal en el país, ha venido a cambiar los procesos de circulación y consumo de contenidos informativos y cómo las personas participan hoy en la vida política durante un proceso electoral con la ayuda de una plataforma que cargan en sus bolsillos diariamente.

A pesar de la amplia aceptación de la teoría de burbujas de filtro (Pariser, 2011) y de las cámaras de eco (Sunstein, 2001, 2017; Ross *et al.*, 2022), estudios recientes han cuestionado el alcance de ambas teorías (Ross *et al.*, 2022; Dahlgren, 2021; Terren y Borge-Bravo, 2021; Guess *et al.*, 2018). Los argumentos son múltiples y diversos, incluyendo que para hacer un verdadero análisis de cámaras de eco se deben considerar los diferentes medios, plataformas y fuentes de noticias en las que confían las personas (incluyendo WhatsApp, por supuesto) y no solo su comportamiento o datos desde una sola plataforma. De cara a los hallazgos que se presentan en este capítulo, queda, entonces, la

interrogante de si lo que pareciera ser un comportamiento en línea con el fenómeno de cámaras de eco, lo es y si resiste la prueba del estudio de todas las fuentes de información de quienes privilegian ciertos grupos o burbujas en WhatsApp.

En este estudio se logró evidenciar el uso de grupos para segmentar materialmente la comunicación: aquí están en quienes puedo confiar, a quienes puedo ignorar para evitar conflictos; me salgo de grupos con ideas y personas que no puedo tolerar... La principal preocupación por las cámaras de eco y las burbujas de filtro es el temor de promover la polarización. La función social de los medios de comunicación no solo es informar, sino que, de esta se deriva la responsabilidad de establecer un imaginario común, experiencias compartidas y un conjunto de datos o hechos que se convierten en las bases para construir la democracia. Si las personas se refugian en tribus y feudos, como al parecer sucede en sus grupos de WhatsApp, el riesgo de que disminuya el entendimiento mutuo y de que las personas de los diferentes grupos lleguen a habitar realidades distintas resulta real. En el futuro cercano, se torna urgente estudiar cómo y cuánto WhatsApp es escenario de polarización afectiva –un fenómeno cuyo crecimiento se ha identificado en otros países (Ross *et al.*, 2022)–, al promover que personas de partidos opuestos sientan animadversión, disgusto e intolerancia entre sí.

De momento, este capítulo debe leerse de forma complementaria con los otros que conforman este libro pues, entre todos, dibujan una radiografía del complejo y diverso ecosistema digital en el cual hoy en día se desarrolla la comunicación política en los procesos electorales.

## Bibliografía

- Ballesteros Doncel, Esmeralda (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, 35: 21-45.
- Bennett, Lance y Segerberg, Alexandra (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- Boczek, Karin y Koppers, Lars. 2020. What's new about WhatsApp for news? A mixed-method study on news outlets' strategies for using WhatsApp. *Digital journalism*, 8(1): 126-144.
- Boczkowski, Pablo J.; Mitchelstein, Eugenia y Matassi, Mora (2018). "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New media & society*, 20(10): 3523-3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Bouhnik, Dan y Deshen, Mor (2014). Whatsapp goes to school: Mobile instant messaging between teachers and students. *Journal of Information Technology Education: Research*, 13: 217-231.
- Brenes Peralta, Carlos; Siles González, Ignacio y Tristán Jiménez, Larissa (2023). *Nuestras apps de cada día: 1er informe sobre el uso de plataformas digitales en Costa Rica (2023)*. San José, Costa Rica: CICOM.
- Bunse, Simone (2021). Las tropas cibernéticas y la manipulación política en línea en Costa Rica. *Revista LOGOS*, 2(1): 160-177.
- Calero Vaquera, María Luisa (2014). El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17: 85-114.
- Campos, Pedro; Tristán, Larissa y Siles, Ignacio (2018). Facebook como "tercer espacio": desencadenantes de discusión política en noticia sobre asuntos no públicos. En Ignacio Siles (Ed.), *Democracia en digital: Facebook, Comunicación y Política en Costa Rica*. San José: CICOM, UCREA.
- Carazo, Carolina; Tristán, Larissa y Siles, Ignacio (2021). En palabras de los candidatos: la comunicación en redes sociales en la campaña electoral costarricense de 2018. *Anuario del Centro de Investigación y Estudios Políticos*, 12: 1-33. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/ciep/article/view/43489/45749>
- Church, Karen y De Oliveira, Rodrigo (2013). What's up with whatsapp?: comparing mobile instant messaging behaviors

- with traditional sms. En *Proceedings of the 15th international conference on Human-computer interaction with mobile devices and services* (pp. 352-361). ACM Digital Library.
- Cruz Romero, Roberto (2017). Política Digital: el uso de Facebook en política electoral en Costa Rica (II). *Revista de Derecho Electoral*, 24(6): 83-104.
- Cruz Romero, Roberto (2018). TIC y democracia: Las elecciones presidenciales de 2018 en Costa Rica. PROSIC, Informe 2018 *Hacia la sociedad de la información y el conocimiento*. <http://www.prosic.ucr.ac.cr/informe-hacia-la-sociedad-de-la-informacion-y-el-conocimiento-2018>
- Dahlgren, Peter M. (2021). A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure. *Nordicom Review*, 42(1): 15-33.
- del Barrio Fernández, Angela y Ruíz Fernández, Isabel (2017). Hábitos de uso del WhatsApp por parte de los adolescentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1): 23-30.
- Fares, Fatima (2018). WhatsApp and Journalism. Analysis of the use of WhatsApp in the Spanish media. *Hipertext. Net*, 16: 78-92, <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i16.12>
- Garimella, Kiran y Tyson, Gareth (2018). Whatapp doc? a first look at whatsapp public group data. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1). <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14989>
- Gil de Zúñiga, Homero; Ardèvol-Abreu, Alberto y Casero-Ripollés, Andreu (2019). WhatsApp political discussion, conventional participation and activism: exploring direct, indirect and generational effects. *Information, communication & society*, 24(2): 201-2018.
- Gil de Zúñiga, Homero y Diehl, Trevor (2019). News finds me perception and democracy: Effects on political knowledge,

political interest, and voting. *New media & society*, 21(6): 1253-1271.

Gil de Zúñiga, Homero; Weeks, Brian y Ardèvol-Abreu, Alberto (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of computer-mediated communication*, 22(3): 105-123.

Gil de Zúñiga, Homero y Cheng, Zicheng (2021). Origin and evolution of the News Finds Me perception: Review of theory and effects. *Profesional de la Información*, 30(3). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86565>

Giraldo Giraldo, Camilo; Ríos Londoño, Dora Miryam y Cardona Cifuentes, Fabio Andrés (2018). La gramática al margen de la norma: la escritura en WhatsApp. *Lenguaje*, 46(2): 311-333.

Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Lyons, Benjamin y Reifler, Jason (2018). Avoiding the echo chamber about echo chambers. *Knight Foundation*, 2(1): 1-25.

Gutiérrez-Rubí, Antoni (2015). *La transformación digital y móvil de la comunicación política*. Madrid: Fundación Telefónica.

Katz, Elihu (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public opinion quarterly*, 21(1): 61-78.

Lazarsfeld, Paul; Berelson Bernard y Gaudet, Hazel (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Nueva York: Columbia University Press.

Noelle Neumann, Elisabeth (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of communication*, 24(2): 43-51.

Papacharissi, Zizi (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press.

- Pariser, Eli (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Reino Unido: Penguin Random House.
- Pérez-Sabater, Carmen (2015). Discovering language variation in WhatsApp text interactions. *Onomázein: Revista semestral de lingüística, filología y traducción*, 31(1): 113-126.
- Pont-Sorribes, Carles; Besalú, Reinald y Codina, Lluís (2020). WhatsApp como canal de información política en España: credibilidad, perfil de usuarios y compartición de contenidos. *El profesional de la información (EPI)*, 29(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.19>
- Quiroz-Pacheco, Yulvitz Ramón (2015). Aplicación del whatsapp en el periodismo digital y ciudadano (application of whatsapp in digital and citizen journalism). *HAMUT'AY* 2(1): 71-83.
- Ross, Amy; Craig Robertson, Richard Fletcher y Rasmus, Nielsen (2022). Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: A literature review. Londres: Reuters Institute, University of Oxford y The Royal Society.
- Rubio Romero, Juana y Perlado Lamo de Espinosa, Marta (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 13(2): 73-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.818>
- Siles, Ignacio (Ed.) (2020). *Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*. San José: CICOM.
- Siles, Ignacio; Carazo, Carolina y Tristán, Larissa (2019). Comunicación y política en clave digital: Redes sociales y el proceso electoral 2018. En Manuel Rojas e Ilka Treminio, *Tiempos de travesía. Análisis de las elecciones del 2018 en Costa Rica* (pp. 175-196). San José: FLACSO.
- Soares Santana, Rosane (2019). Participação política nas eleições presidenciais de 2014: eleitores de Salvador usuários do Fa-

- cebook e do WhatsApp. *Comunicação & Sociedade*, 41(2). <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7542>
- Suárez Lantarón, Belén (2018). Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Educación*, 16(2): 121-135.
- Sunstein, Cass (2001). Republic.com. *Harvard Journal of Law & Technology*, 14(2). <http://jolt.law.harvard.edu/articles/pdf/v14/14HarvJLTech753.pdf>
- Sunstein, Cass (2017). *#Republic: divided democracy in the age of social media*. EE. UU.: Princeton University Press.
- Swart, Joëlle; Peters, Chris y Broersma Marcel (2019). Sharing and discussing news in private social media groups: The social function of news and current affairs in location-based, work-oriented and leisure-focused communities. *Digital Journalism*, 7(2): 187-205
- Terren, Ludovic y Borge-Bravo, Rosa (2021). Echo chambers on social media: A systematic review of the literature. *Review of Communication Research*, 9: 99-118.
- Tristán, Larissa y Carazo, Carolina (2021). Audiencias, periodismo y desinformación: dinámicas de consumo noticioso en Costa Rica. En Ignacio Siles, Larissa Tristán y Carolina Carazo (Eds.), *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica* (pp. 163-194). San José: CICOM.
- Valenzuela, Sebastián; Bachmann, Ingrid y Bargsted, Matías (2019). The personal is the political? What do Whatsapp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile. *Digital journalism*, 9(1): 1-21.
- Valeriani, Augusto y Vaccari, Cristian (2018). Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11): 1715-1731.

- Vergara, Adrián; Siles, Ignacio; Castro, Ana Claudia y Chaves, Alonso (2021). The mechanisms of “incidental news consumption”: an eye tracking study of news interaction on Facebook. *Digital Journalism*, 9(2): 215-234.
- Webster, James G. (2014). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital shape*. Cambridge, MA: MIT Press
- Waisbord, Silvio (2018). Truth is what happens to news: on journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13): 1866-1878
- Yeboah, Johnson y Dominic Ewur, George (2014). The impact of whatsapp messenger usage on students performance in tertiary institutions in Ghana. *Journal of Education and practice*, 5(6): 157-164.