

# de mo cra cia

**El malestar en Costa Rica:**  
¿alertas desde la cultura  
democrática?

**El malestar en Costa Rica:**  
¿alertas desde la cultura  
democrática?

321.8 Sandoval Cordero, Mauricio, comp.  
M-246m El malestar en Costa Rica : ¿alertas desde la cultura democrática? / Mauricio Sandoval Cordero, Cathalina García Santamaría y Mariela Castro Ávila, compiladores. -- San José, Costa Rica : Tribunal Supremo de Elecciones. Instituto de Formación y Estudios en Democracia, 2025.  
220 páginas

ISBN 978-9930-521-84-7

1. Democracia. 2. Debilitamiento de la democracia. 3. Cultura política. 4. Participación política. 5. Políticas públicas. 6. Educación cívica. I. García Santamaría, Cathalina, comp. II. Castro Ávila, Mariela, comp. III. Título.

CDOC-IFED

DOI 10.35242/TSE\_2024\_3

## **Instituto de Formación y Estudios en Democracia (IFED)**

Tribunal Supremo de Elecciones, Costa Rica

Apartado: 2163-1000, San José | Web: <https://www.tse.go.cr/>

Primera edición, 2025

### **Consejo Editorial**

Hugo Picado León (director)

Ileana Aguilar Olivares (editora)

Mariela Castro Ávila

Rocío Montero Solano

### **Compilación**

Mauricio Sandoval Cordero

Cathalina García Santamaría

Mariela Castro Ávila

### **Corrección de texto**

Johanna Barrientos Fallas

### **Diseño y diagramación**

Diana Castro Brenes

Esta publicación es producto del proyecto sobre cultura política costarricense, desarrollado conjuntamente por el Instituto de Formación y Estudios en Democracia (IFED) del Tribunal Supremo de Elecciones y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sede Costa Rica.



El malestar en Costa Rica: ¿alertas desde la cultura democrática? de los compiladores Mauricio Sandoval Cordero, Cathalina García Santamaría y Mariela Castro Ávila se encuentra bajo una licencia [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Para consultas ifed@tse.go.cr

## Capítulo III. Los malestares en la cultura política desde la perspectiva de la comunicación

*Larissa Tristán Jiménez*  
*Carlos Brenes Peralta*  
*Carolina Carazo Barrantes*

### Introducción y definición de cultura política

La metáfora que describe las elecciones nacionales como una “gran fiesta democrática” ha alimentado la narrativa sobre la nación imaginada costarricense. Sin embargo, el aumento del abstencionismo -que alcanzó el 40,65% en las elecciones presidenciales de 2022<sup>1</sup>- sugiere que el festejo no es compartido por toda la ciudadanía, al tiempo que refleja cambios en la cultura política nacional.

La cultura política se define como “... el conjunto de prácticas simbólicas populares y de valores patrios nacionales insertos en los procesos de legitimación del poder, que se aprenden, se hacen propios y se interiorizan al participar en la fiesta y en el proceso electoral” (Fumero, 2000, p. 42). Si bien la cultura política se consolida en el proceso electoral, no se limita a esta coyuntura, sino que también se va construyendo, renovando y negociando en el marco de épocas de “normalidad política”. Elementos como el conocimiento

---

<sup>1</sup> Según datos del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE).

político que las personas tienen sobre las instituciones, las fuerzas políticas y los derechos y deberes, tanto individuales como colectivos, constituyen la cultura política de una sociedad, la cual, además, no es homogénea, sino que atraviesa transformaciones a raíz de los cambios tecnológicos, culturales y económicos (Fumero, 2000, p. 43).

Esa esencia cambiante de la cultura política también incide en su abordaje. Al inicio se estudiaba en asociación con los valores, actitudes y creencias de la ciudadanía. Posteriormente, se analizaba el impacto de la globalización económica y, en la actualidad, la tendencia es explorar cómo la reconfiguración de la democracia representativa y el surgimiento de la comunicación digital permean la cultura política (Barandiaran, Unceta y Peña, 2020).

Precisamente, la reconfiguración de las democracias ha llevado a suponer que estamos ante una *neo-ciudadanía* (Cherniavsky, 2017) y una *nueva cultura política* que se distingue por la no identificación de los votantes con un partido político en particular, el surgimiento de nuevas formaciones lideradas por figuras atípicas y un desinterés por la política como consecuencia del “incumplimiento de los axiomas en los que se fundamentaba la confianza en los sistemas democráticos representativos” (Barandiaran *et al.*, 2020, p. 262). Podría decirse, entonces, que los malestares sociales surgen precisamente cuando los gobiernos no logran cumplir con esos axiomas de la democracia. Por tanto, el ejercicio de identificar y analizar esos malestares sociales podría dar indicios sobre cómo se configura la cultura política nacional.

En este capítulo se analiza la relación entre el ecosistema de medios de comunicación, incluyendo redes sociales, los malestares sociales y la cultura política costarricense contemporánea. Se parte de la premisa de que la democracia solo puede serlo si está asentada sobre fuertes cimientos de comunicación e información: una democracia robusta pasa por una ciudadanía informada y una ciudadanía que participa en la vida en democracia. Por eso, este capítulo se detiene a analizar diferentes aristas de este fenómeno: acceso, consumo, credibilidad y desórdenes comunicativos (discursos de odio y desinformación).

## 1. Metodología

Los hallazgos que se discuten se derivan, por una parte, de los 19 grupos focales (GF) realizados con poblaciones de todo el país entre agosto y septiembre de 2023 y, por otra parte, de dos grupos focales adicionales que se realizaron en noviembre de 2023, durante los cuales se discutieron las temáticas relacionadas con este capítulo. En estos dos grupos participaron 7 personas de la Gran Área Metropolitana (GAM) en uno, y 8 personas que viven fuera de la GAM, en el otro. Los grupos de discusión fueron analizados mediante las siguientes categorías: acceso, consumo, credibilidad de

los medios de comunicación, malestares sociales y discurso de odio y desinformación.

## 2. Principales malestares sociales

En lo relativo a los “malestares sociales”, las personas participantes identificaron 10 problemáticas: seguridad, empleo, institucionalidad, educación, economía, corrupción, desigualdad, desinformación, discursos de odio y otros. No hay diferencia en función de los perfiles de las personas participantes, es decir, los malestares fueron identificados de forma similar por las personas jóvenes, adultas y docentes. Tampoco fue posible identificar variaciones por lugar de residencia (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*). La mención de estos fenómenos va en la misma línea de lo reportado por la encuesta del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP), publicada en septiembre de 2023, según la cual para las personas participantes los principales problemas del país son: la inseguridad y delincuencia (27,8%), corrupción (15,9%), desempleo (13,2%) y la situación económica (12,8%) (Alfaro *et al.*, 2023).

La percepción de las problemáticas de la inseguridad y la violencia está atravesada por los medios de comunicación, pero también respaldada por las cifras oficiales, según las cuales el 2023 fue uno de los años más violentos en la historia del país. El desempleo, por su parte, es un problema que estaría más atravesado por la experiencia personal, sobre todo cuando se trata de personas jóvenes o mujeres. Por ejemplo, las personas jóvenes aseguran experimentar la paradoja de la experiencia, es decir, para contratarles les piden haber tenido trabajos previos, a los cuales no han podido acceder por su corta edad o “porque les falta experiencia”; también se argumenta que los derechos laborales se vuelven “una moneda de cambio” o un elemento negociable para poder acceder a un puesto de trabajo (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*):

He escuchado una y dos mil veces de mis amigos que dicen: “es que no me quieren contratar porque no tengo experiencia”, pero ¿cómo va a tener experiencia si nunca ha trabajado? Entonces, ¡qué punto más complicado! (GF Huetar Norte, personas jóvenes)

El desempleo se ve como un factor que causaría la delincuencia y la inseguridad ciudadana. Un aspecto interesante -y estrechamente vinculado con la cultura política- es que para las personas participantes la falta de empleo y el acceso a educación de calidad son dos factores que inciden en el desarrollo y la movilidad ascendente. En concreto se argumenta: “el empleo, junto con la educación... se encuentran en la base del desarrollo social y de la construcción de sociedades pacíficas e inclusivas” (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*).

### 3. Acceso: más que solo la tecnología y la conexión

En el marco de estos malestares sociales, en la era digital, un importante reto (entre muchos otros) para la participación política efectiva es el acceso. El acceso se relaciona con lo que conocemos como brecha digital, pero lo trasciende y, más bien, lo correcto es hablar de “desigualdades digitales” (Helsper, 2021). La autora propone que, al estudiar el acceso, la brecha y las desigualdades digitales se analicen en tres niveles: 1) el acceso a la infraestructura y la tecnología, incluyendo la calidad de este acceso; 2) habilidades para el uso de Internet y tipos de actividades y usos digitales y 3) los impactos (*outcomes*) positivos y negativos de los usos de las tecnologías digitales en las vidas de las personas.

En Costa Rica, el primer nivel no presenta enormes brechas. En un país de 5 millones de habitantes, en el año 2022 el servicio de acceso a Internet (fijo y móvil) era de 6 107 615. Las suscripciones totales de acceso a Internet móvil por cada 100 habitantes eran del 96% (Superintendencia de Telecomunicaciones [SUTEL], 2022). No obstante, en el país sí se han detectado dos brechas adicionales: 1) la primera por razón de edad, ya que después de los 55 años disminuye el uso de las plataformas digitales, especialmente las que suelen ser más populares como Facebook y WhatsApp y 2) por nivel educativo, ya que el uso de plataformas también decrece según el nivel de escolaridad (Brenes, Siles y Tristán, 2023).

Esto quedó evidenciado en dos de los grupos focales conformados por adultos y docentes de todo el país, porque todas las personas participantes afirmaron tener buen acceso a internet. No obstante, una persona recordó que no necesariamente es la realidad de toda la población:

Dada la importancia que hoy día tiene el acceso a internet, pienso que debería de ser más asequible, ¿verdad? Hay personas que tienen que escoger entre pagar el internet o pagar otros gastos de la casa. Yo trabajo en comunidades de la zona bananera y también de la zona indígena y ahí es donde uno ve que tienen que elegir, porque no les alcanza: si comer o pagar el Internet, si llevar la clase o no; o tienen que caminar 2 horas o más para conectarse en algún lugar. (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes)

En relación con el segundo y tercer nivel de desigualdades digitales que menciona Helsper (2021), las personas participantes en los grupos focales reconocen que si bien todas las personas tienen el mismo derecho de participar, en la práctica, muchos factores influyen en que algunas saquen mayor provecho de ese derecho que otras. En este sentido, consideran que el acceso a Internet ya no es un gusto, sino que se ha convertido en una necesidad; se requiere acceso para el estudio y también para el trabajo y la participación política.

Una persona afirmó que el Internet “ha revolucionado la forma de hacer política o la forma de llegar al ciudadano” (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes). Otra recalcó que permite tener más información y más rápidamente al alcance y una tercera recordó que gracias a las redes sociales la ciudadanía votante “tiene la oportunidad de conocer de manera directa el pensamiento de los candidatos y del equipo de trabajo que está con ellos” (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes).

Cuando de acceso se trata, el plano personal de cada ciudadano y ciudadana no fue el único mencionado por las personas en los grupos focales; también se mencionó el acceso desigual a los medios de comunicación y a la pauta publicitaria, así como la necesidad de que el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) asuma la responsabilidad de promover una pauta equitativa entre todos los partidos políticos (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*). Debe recordarse que Costa Rica y Honduras son los únicos países en América Latina donde los medios de comunicación no dan espacios gratuitos a todos los partidos políticos por igual para anunciarse por medio de “franjas electorales” (Pomareda, 2022).

#### **4. Falta de confianza y crisis de credibilidad de los medios**

Las personas participantes en los grupos focales son enfáticas al afirmar que el consumo de medios informativos tradicionales ha disminuido, principalmente entre las personas más jóvenes (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*). Por su parte, las personas consultadas que viven fuera de la GAM argumentan que los medios tradicionales suelen privilegiar los contenidos “vallecentralistas” y no se incluyen informaciones sobre sus regiones, por eso prefieren medios televisivos de corte comunitario como canal 8 o canal 36. Al respecto señalan:

Medios grandes, ok, hablamos de canal seis, canal siete, el canal 13, medios populares, antes decíamos que para saber si se está diciendo la verdad había que ver canal siete o canal seis, porque ellos eran los medios de comunicación. Ahora uno dice, ya no puedo ver las noticias porque no sabemos si se está informando la verdad. (GF Huetar Norte, jóvenes)

Indican que los medios tradicionales no les generan confianza e incluso señalan que están atravesando una crisis de credibilidad, pues consideran que, en lugar de informar a la ciudadanía, los contenidos reflejan los intereses económicos, indican que cada medio “vende lo que quiere” -o políticos- como “dejar mal al presidente”. Por otro lado, también apuntan que la comunicación del Gobierno de Rodrigo Chaves Robles ha contribuido con el desprestigio de los medios de comunicación, como puede verse en el siguiente extracto:

Yo creo que en este Gobierno, principalmente, ha habido mucha habilidad para desprestigiar a los medios, especialmente por el dicho este de la “prensa canalla” que se acuñó y que todo el mundo lo repite ha ayudado mucho a que los medios no tengan credibilidad. (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes)

Asimismo, asocian la tensión entre los medios y el Ejecutivo como un rasgo del corte populista que le atribuyen al discurso de Chaves Robles:

Pues entonces sí tiene razón el compañero, los medios de comunicación están bastante desprestigiados en este país y creo que sucede en todos los países donde existen gobiernos de corte populista, porque de eso se encargan los que dirigen el Estado, de desprestigiar a todo aquel medio, a toda aquella persona, que se oponga y que de alguna manera pretenda desenmascarar o dar conocer lo que está mal. (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes)

Estos resultados de los grupos focales en cuanto a la temática de credibilidad y confianza en los medios de comunicación no representan algo nuevo. Se trata de un fenómeno que ya ha sido estudiado y documentado por la academia (Mayoral, Parratt y Morata, 2019). En Costa Rica, una encuesta del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI, 2023) de la Universidad de Costa Rica apunta que, en general, la ciudadanía no confía en el trabajo de los medios de comunicación y no está de acuerdo con que siempre digan la verdad. Los resultados de la encuesta también parecen indicar que las personas dudan sobre los verdaderos intereses de los medios a la hora de informar (un 73% dijo estar de acuerdo o muy de acuerdo con que los medios solamente responden a intereses de los dueños) (p. 11). La encuesta también preguntó a las personas el nombre del medio de comunicación costarricense al que le atribuyen más credibilidad. La respuesta con mayor porcentaje fue el 20% que afirmó que ningún medio tiene credibilidad actualmente.

En este contexto en el que, por un lado, la credibilidad y la confianza de los medios tradicionales ha caído y en el que, por otro lado, la oferta y fácil acceso a nuevas fuentes de información se ha disparado, no extraña encontrar un ecosistema mediático y digital muy diverso, pero también muy fragmentado.

## **5. Consumo de medios tradicionales y redes sociales para informarse**

La oferta informativa y noticiosa presente en la ecología mediática y digital actual genera oportunidades sin precedentes para que las personas decidan por sí mismas cuáles tecnologías, fuentes, enfoques informativos y temáticas quieren consumir para informarse, confirmar o reforzar sus opiniones y evaluaciones sobre lo que acontece en el país.

Los resultados de la *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano* de 2023 (IFED y FLACSO Costa Rica) señalan que las y los costarricenses prefieren

informarse mediante la televisión, seguido en segundo lugar por las redes sociales. Este hallazgo es consistente con la evidencia aportada, tanto por estudios internacionales recientes (por ejemplo, Pew Research Center, 2023) como por encuestas nacionales que han empleado muestras representativas (ver Alfaro *et al.*, 2018).

Por su parte, en el caso de WhatsApp, es interesante observar cómo las personas consultadas en 19 de los grupos focales indican que es la tecnología que más utilizan para la comunicación -lo cual coincide con los datos de otros estudios (por ejemplo, Brenes *et al.*, 2023 y Latinobarómetro, 2018)-. Sin embargo, tanto los datos cuantitativos como los cualitativos mediante grupos focales sugieren que las personas no toman en cuenta WhatsApp como una tecnología para enterarse sobre noticias e información relevante. Estos hallazgos son contrarios al estudio de Brenes *et al.* (2019), quienes encontraron que WhatsApp no solo es una tecnología importante para la comunicación, sino que es la principal plataforma que utilizan las personas para informarse sobre diferentes tipos de noticias, inclusive por encima de la televisión y las redes sociales.

Aun cuando la televisión es el medio de preferencia para consumir información y, en el caso de WhatsApp, los resultados de este y otros estudios introducen un debate en el contexto nacional sobre la prevalencia de los usos informativos de esta tecnología, es bastante claro que, como lo ha venido señalando la literatura internacional y nacional, las redes sociales son plataformas digitales de gran relevancia cotidiana para la generación de oferta y la expresión de demanda por noticias e información.

El resto de este apartado se dedicará al consumo informativo mediante redes sociales por varios motivos. Primero, además de los datos previamente mencionados sobre la popularidad de las redes sociales para usos informativos, desde hace varios años la oferta noticiosa de los medios de comunicación -sean televisivos, prensa escrita o digital- está también presente en las redes sociales (ver Brenes *et al.*, 2019). Segundo, estas plataformas ofrecen una dieta informativa más diversa, la cual incluye medios alternativos, las páginas de fuentes oficiales estatales u organizacionales, aquellas de actores políticos, de personas expertas, líderes de opinión, grupos organizados para informarse sobre temas de interés, así como la oportunidad de conocer lo que otros ciudadanos y ciudadanas consumen y piensan. Tercero, relacionado con lo anterior, las redes sociales han retado el rol de los medios de comunicación como *gatekeepers* de la información. Actualmente, el acceso a la información no es estrictamente mediatizado como en el pasado, sino que las personas poseen mayor agencia para buscar, seleccionar y consumir contenidos informativos acorde a sus preferencias y necesidades personales.

En esta línea, los resultados de las consultas por medio de los 19 grupos focales evidencian que las personas prefieren informarse por medio de las

redes sociales, ya que pueden elegir y dosificar de cierta forma la información que quieren consumir y profundizar en un tema de su interés. No resulta sorprendente, por tanto, que la mayoría de las personas consultadas, independientemente de su edad, cuentan con redes sociales y las frecuentan para consultar información de diferente tipo. Ahora bien, sí señalan algunas diferencias en las preferencias de una u otra red social. Por ejemplo, Instagram y TikTok son utilizadas principalmente por personas jóvenes, mientras que Facebook es preferido por personas de un grupo etario mayor. A pesar de las diferencias en las características propias de cada red social, los hallazgos que se presentan a continuación, sobre las fuentes informativas y noticiosas que consumen las personas, permiten hipotetizar que diferentes grupos sociodemográficos pueden acceder de manera similar a las fuentes que buscan en tanto muchas de estas, por ejemplo los medios de comunicación, están presentes en varias redes sociales.

A dos grupos focales conformados por adultos y docentes que residen dentro o fuera del Valle Central se les preguntó sobre las principales fuentes de noticias e informaciones que utilizan en redes sociales para informarse. Las personas participantes reconocen que hay un vasto menú de fuentes en redes sociales y, por tanto, deben recurrir a diversos heurísticos para seleccionar los contenidos por consumir. Por ejemplo, pueden elegir fuentes cuyo enfoque temático es compatible con sus preferencias actitudinales. Otro heurístico es seleccionar fuentes que tratan temas de importancia personal para ellos y ellas. Por su parte, todas las personas participantes coinciden en que es indispensable confiar en las fuentes que consultan en el sentido de que ofrecen informaciones valoradas como veraces. Una “búsqueda de la verdad” es experimentada por las personas como un reto cotidiano que deben enfrentar ante la creciente, saturada y diversa calidad de informaciones que se pueden encontrar en las redes sociales.

Andar buscando la verdad. A veces uno se confunde porque uno no sabe quién realmente dice la verdad en estos casos, porque como se tiran tanto. Bueno, hay muchos periódicos, pero también personas que generan contenido, pero hay que tener mucho cuidado con eso porque, este, hay unos que lo dicen con buen contexto y hay otros que no. Entonces, hay que tener mucho discernimiento en cuanto a eso. (GF Valle Central, personas adultas y docentes)

Al indagar específicamente sobre las fuentes informativas de preferencia en redes sociales, ambos grupos focales reportaron consumir medios tradicionales (televisión y prensa escrita) vía sus páginas en redes. De igual manera, también atienden a medios digitales que han surgido en los últimos años (por ejemplo, CRHoy, Delfino). Estos hallazgos son iguales a los reportados por Brenes *et al.* (2019) mediante una encuesta con una muestra representativa. En su mayoría, las personas participantes consumen medios de comunicación costarricenses y, en menor medida, medios internacionales para informarse sobre noticias de otros países. En el contexto geográfico

nacional, las personas de las regiones fuera de la GAM recriminan a los medios tradicionales por favorecer un enfoque plenamente vallecentralista y, por el contrario, dejan de lado a las comunidades. No obstante, el surgimiento de medios televisivos nuevos (por ejemplo, canales 8 o 36), los cuales tienen un enfoque más popular y comunal, resulta más atractivo para las poblaciones de las regiones.

Otro hallazgo por mencionar es que algunas personas están motivadas a consumir diversas fuentes noticiosas, que varían en su tratamiento de un tema o asunto, con el fin de conocer y contrastar diferentes perspectivas y, de esta manera, sentir que están mejor informadas. Además, aunque se frecuentan múltiples medios noticiosos, se observa una preferencia por aquellos de consumo gratuito, aun cuando algunas personas también consumen ciertas fuentes de pago por suscripción digital. Adicionalmente, junto a las páginas de medios, varias personas son habituales consumidoras de noticias e informaciones que publican periodistas específicos en sus perfiles públicos.

Ahora bien, el Internet y las redes sociales permiten a las personas no depender exclusivamente de las informaciones que les hacen llegar los medios de comunicación y periodistas. Los datos cuantitativos mostraron un interés por informarse directamente mediante las publicaciones que hacen instituciones públicas, organizaciones y actores políticos (p. ej. ministerios, presidente de la república, diputados y diputadas) en sus páginas y perfiles en las redes.

Tomo como fuentes de noticias a nivel político los sitios de algunos diputados, con quienes siento afinidad política. Entonces, lo que publican ahí a veces son opiniones, a veces son criterios sobre un proyecto de ley que se está discutiendo que es de interés para la ciudadanía y ese tipo de cosas. Yo creo que aportan también información en las redes sociales que tal vez antes no era tan sencillo de acceder, cuando una era sesgada solamente hacia un medio noticioso consolidado. (GF Valle Central, personas adultas y docentes)

Las dietas informativas de las audiencias en redes sociales pueden basarse no solo en el consumo de fuentes periodísticas u oficiales. En los dos grupos focales, ciertas personas mostraron atracción por páginas que podrían tipificarse de infoentretenimiento. Estas incluyen creadores de contenido que no son periodistas o personas expertas en una temática. Usualmente, ocultan su identidad real detrás de un personaje y persiguen agendas ideológicas, políticas y económicas particulares, las cuales orientan la manera como se produce y disemina información -no siempre veraz- sobre actores políticos y sociales, el Estado o medios de comunicación.

El consumo de redes sociales no puede desligarse de la problemática de acceso descrita en el primer apartado (Metodología) de este capítulo, porque si bien el aumento en el uso de las redes sociales hace que la información circule en abundancia, no todas las personas tienen las mismas posibilidades de acceder

a estas y, aunque tengan los dispositivos necesarios, no todas las personas cuentan con la alfabetización tecnológica necesaria para hacer un uso eficiente de esas herramientas (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano* y grupos focales sobre *Malestares sociales y democracia*). Una persona joven del área Chorotega dio un ejemplo contundente de su localidad:

...la accesibilidad a lo que son las tecnologías, porque en Martina, y vuelvo a Martina porque es donde vivo y es la realidad que conozco, no hay internet. Hay personas que no tienen tele. Entonces, ¿cómo acceden a las noticias? ¿Cómo acceden a lo que está sucediendo? (GF Chorotega, jóvenes)

Esto cobra aún mayor importancia cuando se analiza a la luz del creciente uso de redes sociales por parte de los partidos políticos. Según el Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano* y grupos focales sobre *Malestares sociales y democracia*:

...el cambio de paradigma con respecto a los medios de comunicación y su alcance ha sido leído de forma correcta por los partidos políticos, quienes hacen uso de las redes sociales cada vez de manera más frecuente con la intencionalidad de mantener mayor cercanía con el electorado, principalmente con las personas jóvenes. Este hecho fue evidenciado durante la elección presidencial anterior, donde las redes sociales y la realización de estrategias como memes se vio incrementada, dando mucha visibilización a los partidos. Es decir, ya no son suficientes los campos pagados en grandes medios de comunicación, sino que las agrupaciones se ven obligadas a generar un intercambio con la población por medio de redes sociales. Los medios virtuales permiten de cierta forma, realizar control político y promover una ciudadanía activa.

Por otra parte, el estudio cualitativo evidenció la importancia de la comunicación interpersonal y la pertenencia a grupos como otra forma para acceder a fuentes informativas de utilidad y valor. Según varias de las personas consultadas, cuando quieren informarse sobre determinadas temáticas o coyunturas, se comunican con personas conocidas y amistades que son fuentes expertas. A su vez, es común que ciertas personas usuarias de redes sociales consulten información concreta en grupos integrados por individuos que comparten temas de interés.

Finalmente, se exploraron los tipos de noticias e informaciones que consumen los dos grupos focales de personas adultas y docentes. Se reportaron preferencias por noticias que abordan temáticas importantes para las personas consultadas y que afectan sus vidas. Así, por ejemplo, consumen con frecuencia contenidos informativos sobre educación, salud, derechos laborales, medio ambiente y cambio climático, seguridad, economía, corrupción y desempleo.

## 6. Desórdenes informativos: desinformación y discurso de odio

Aunque, como se vio en el apartado 5, las personas que participaron en los grupos de discusión prefieren informarse a través de las redes sociales, siguiendo los perfiles de *influencers* o mediante la suscripción a medios digitales específicos, también reconocen cierta toxicidad en estas plataformas, sobre todo en las secciones de comentarios. Desde su punto de vista, esto impide que se puedan entablar discusiones constructivas. Por otra parte, también argumentan que la facilidad con la que se pueden crear, difundir y consumir contenidos digitales ha favorecido la propagación de las noticias falsas.

Resulta llamativo que para las personas consultadas la desinformación más que un concepto es un estado o una condición a la que se llega como consecuencia de las noticias falsas. Es decir, la desinformación es el resultado de la exposición a las *fake news* o a la posverdad. Argumentan que son parte de la cotidianidad, por tanto, todas afirman haber recibido o leído algún contenido en apariencia falso.

Desde su punto de vista, dicha ubicuidad tendría, también, consecuencias a nivel motivacional en el tanto que la desinformación puede incidir en la toma de decisiones de la ciudadanía. Al respecto, señalan: “En ese sentido, la desinformación y las *fake news* son igualmente peligrosas porque ayudan a la gente a tomar decisiones equivocadas” (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes).

Para algunas personas, un ejemplo de lo anterior fueron las vallas distribuidas por todo el país durante la campaña electoral de 2022 en las que aparecían Pilar Cisneros y Rodrigo Chaves. A pesar de que Cisneros era candidata a diputada únicamente por la provincia de San José, estas vallas fueron colocadas en todas las provincias del territorio nacional.

Al hablar de desinformación, las personas participantes en los grupos focales no se limitaron a asociar la problemática con las noticias falsas, sino que también discutieron sobre el fenómeno de los troles y el pago por opiniones en redes sociales. En las discusiones, había claridad en que tanto los contenidos desinformativos como este tipo de participación en redes sociales (a través de granjas de troles y de opiniones pagadas) tienen impacto en el debate público y, por tanto, en la democracia al profundizar la desconfianza en las instituciones y en el sistema político (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*):

Creo que, en cuanto al sistema democrático, eso no ayuda en nada y creo que también por eso se han diluido un tanto las campañas políticas. Ya uno no sabe si está

discutiendo con una persona real o con bots en una red social, sobre una temática, sobre una problemática. Entonces, creo que al final de cuentas es una problemática que afecta a la democracia, al sistema político, a los procesos electorales, a la educación cívica, a la educación en términos generales... (GF docentes)

Todos los grupos de discusión concuerdan en que el combate a la desinformación es un enorme reto que si bien debe ser asumido desde diferentes frentes, la mejor forma de hacerlo es a través del sistema educativo formal y no formal promoviendo espacios para posicionar la discusión sobre noticias falsas y compartir al menos nociones básicas sobre el conocimiento y manejo de información por medio de redes sociales.

Las personas docentes y adultas coinciden en que se debe procurar un acompañamiento para adolescentes y jóvenes, con el objetivo de que puedan construir un pensamiento crítico y discernir entre la gran cantidad de información a la que tienen acceso (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*): "Creando personas críticas vamos a romper un poco esa línea informativa. Por ejemplo, algo que al menos nosotros promovemos mucho es el contrastar perspectivas, porque a veces creo que caemos en el error de creer que hay verdades absolutas" (GF docentes).

Otro mecanismo interesante propuesto desde el grupo focal de personas adultas en la región Pacífico Central tiene que ver con acercar las instituciones públicas a las comunidades, principalmente las instituciones que tienen dentro de sus mandatos velar por el cumplimiento de derechos de las poblaciones más vulnerabilizadas (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano y grupos focales sobre Malestares sociales y democracia*).

Por otro lado, en la misma línea de los llamados desórdenes informativos, el discurso de odio es entendido por las personas participantes como aquellos mensajes que incitan a la violencia -tanto física como emocional- en contra de un grupo específico, con el fin de deshumanizarlo, y coinciden en que las mujeres y las minorías étnicas son los grupos que más experimentan discursos de odio o interacciones violentas.

La percepción de las personas participantes coincide con los datos del *III Informe sobre los discursos de odio y de la discriminación*<sup>2</sup>, publicado en junio de 2023. Durante el periodo de análisis del informe, fue posible identificar 1,4 millones de mensajes y conversaciones en redes sociales de Costa Rica que transmitían discursos de odio o discriminación. Esto implica

---

<sup>2</sup> El informe es elaborado por la empresa Coes y la Oficina de las Naciones Unidas en Costa Rica con el apoyo del Observatorio de los Discursos de Odio y de la Discriminación del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica.

un aumento del 50% con respecto al análisis efectuado en 2022, cuando se identificaron 937 mil mensajes con estas características.

Para las personas participantes, especialmente las que se dedican a la docencia, la prevalencia del discurso de odio en redes sociales es asociado con el *bullying* que ven en las aulas, e indican que el anonimato de las redes sociales favorece la propagación de este tipo de expresiones, tal y como puede verse en el siguiente extracto: “Yo me pregunto, ¿si lo estuvieran viendo a la cara, dirían lo mismo o simplemente se están protegiendo detrás de una pantalla?” (GF fuera del Valle Central, personas adultas y docentes).

Otro efecto que detectan en asociación con el discurso de odio es la autocensura, pues argumentan haber recibido ataques por expresar su punto de vista y opiniones en redes sociales, lo cual los ha llevado a inhibirse o limitar lo que comentan en dichas plataformas.

## 7. Reflexiones finales

Todavía queda la idea, en el imaginario colectivo costarricense, de que las elecciones presidenciales son como una fiesta que refleja la fortaleza del sistema democrático. Si se toman en cuenta otros aspectos, como quiénes participan o se excluyen del festejo, las campañas electorales también permiten explorar los cambios experimentados por el sistema y por la cultura política. Este capítulo ofrece una posible respuesta a la pregunta sobre qué caracteriza a la cultura política nacional actualmente.

En primer término, los resultados sugieren que persiste una “visión positiva de la democracia costarricense”, pero también que esta coexiste con críticas y con la rememoración de la “fiesta democrática de antaño” (Informe de *Encuesta sobre fuentes del malestar ciudadano* y grupos focales sobre *Malestares sociales y democracia*). Estas críticas, categorizadas como “malestares sociales”, generan desmotivación entre las personas participantes. Asimismo, sus respuestas sugieren que el descontento externado es producto de un incumplimiento de la clase política por garantizar los “axiomas de la democracia”, lo anterior en tanto que se cuestiona la habilidad de los gobernantes por garantizar el trabajo, la educación o la seguridad ciudadana. Este “desencantamiento ciudadano” es una señal de alerta, pues el incumplimiento de los axiomas democráticos va en detrimento de la confianza en la democracia representativa (Barandiaran *et al.*, 2020). Del mismo modo, existe evidencia de que el desarrollo económico favorece la supervivencia de las democracias (Inglehart y Welzel, 2002). Por tanto, se requieren mayores esfuerzos para enfrentar la crisis económica actual.

El estudio de estos “malestares sociales” en asociación con la cultura política también es relevante porque hay evidencia de que esta desilusión genera “sociedades exasperadas” (Innerarity, 2017), en las cuales el miedo, el

enojo, la desesperación y la vulnerabilidad facilitan la adhesión a discursos antidemocráticos y fomentan la propagación de los discursos de odio y de las interacciones violentas en redes sociales, tal y como fue descrito por las personas participantes.

La frustración que proviene de la imposibilidad de satisfacer los derechos básicos es un fenómeno que tiene profundas consecuencias en la conformación de la cultura política; no solo porque incide en la posibilidad de que cada persona goce de una vida digna, sino también por su costo psicosocial. Al respecto, Sadin (2020) argumenta que, después del giro neoliberal de los años 80, se ha dado una “ruptura del pacto de confianza” favorecedora del “advenimiento de subjetividades revanchistas” que buscan construir un relato a partir de distorsiones informativas como los discursos de odio o las *fake news*. Con respecto a este tema, los hallazgos sugieren que hay una “normalización” de las noticias falsas, en tanto las personas participantes afirman que su aparición es algo cotidiano. Para efectos de la construcción de cultura política, la omnipresencia atribuida a la desinformación podría tener consecuencias en la cultura política porque impide la construcción de una narrativa común que nos cohesione a nivel social, fenómeno que ya había sido advertido en estudios anteriores (ver Siles, Tristán y Carazo, 2021).

En segundo término, fue posible identificar una gran desconfianza hacia los medios de comunicación. Lo anterior sugiere una ruptura del llamado “contrato pragmático fiduciario” el cual se basa en la confianza que las audiencias depositan en los medios y en función de la cual le atribuyen veracidad al discurso periodístico, aun sabiendo que su objetividad no es absoluta, sino una propuesta de lectura (Rodrigo, 2005, p. 61). Como consecuencia de esta fractura, las personas participantes eligen informarse a través de perfiles de redes sociales de creadores de contenido que no siempre cumplen con los criterios de rigurosidad periodística. Por tanto, el conocimiento político -pilar de la cultura política- se obtiene a partir de una multiplicidad de fuentes que no siempre emiten contenidos verificados. En este contexto la difusión de la desinformación es mayor, lo cual amerita incentivar la adquisición de competencias y herramientas de alfabetización mediática y digital que le permita a la ciudadanía distinguir la legitimidad de los contenidos que consume.

Un tercer elemento tiene que ver con el ejercicio de la libertad de expresión, el cual parece debilitado por la autocensura en redes sociales ante el temor de ser objeto de discursos de odio o, precisamente, por haber recibido ataques con anterioridad. Si entendemos los discursos de odio como discursos sociales que reflejan un contexto particular -caracterizado por el auge del populismo autoritario, la ruptura de un pacto de confianza y la crisis económica-, es posible argumentar que las interacciones violentas no empiezan ni terminan en las

redes sociales, sino que reflejan un contexto en el cual el ataque ha sustituido al diálogo, tal y como argumentan quienes participaron en el estudio.

Desde su punto de vista, los problemas del país son consecuencia del agotamiento del modelo de desarrollo económico y de la incapacidad de la clase política de idear y aplicar mejores políticas públicas. Por tanto, se percibe una desconexión entre la legitimidad de las instituciones democráticas y sus posibilidades para gestionar esos fenómenos. En el marco de la reconfiguración democrática, subsanar esa desconexión debería ser una tarea prioritaria dada la importancia que tiene la legitimidad en la construcción de la cultura política democrática.

## 8. Referencias

- Alfaro Redondo, R., Alpízar Rodríguez, F., Cascante Matamoros, M. J., Brenes Peralta, C., Sáenz, J. y Martínez, G. (2018). *Informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica realizada en noviembre de 2018*. Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP/UCR).
- Alfaro Redondo, R., Camacho Sánchez, S., Chacón Mendoza, D., Ruiz Tijerino, F. y Aguilar Villamariona, J. (2023). *Informe de resultados de la encuesta de opinión pública realizada en noviembre de 2023*. Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP/UCR).
- Barandiaran, X., Unceta, A. y Peña, S. (2020). Comunicación política en tiempos de nueva cultura política. *Icono 14*, 18(1), 256-282.
- Brenes Peralta, C., Pérez Sánchez, R. y Siles González, I. (2019). *Informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica: audiencias noticiosas de medios digitales: redes sociales, WhatsApp y noticias falsas*. Centro de Investigación y Estudios Políticos, Centro de Investigación en Comunicación e Instituto de Investigaciones Psicológicas (CIEP, CICOM, IIP/UCR).
- Brenes Peralta, C., Siles González, I. y Tristán Jiménez, L. (2023). *Nuestras Apps de cada día: Informe sobre el uso de plataformas digitales en Costa Rica*. Centro de Investigación en Comunicación (CICOM/UCR).
- Cherniavsky, E. (2017). *Neocitizenship: political culture after democracy*. NYU Press.
- Corporación Latinobarómetro. (2018). *Informe 2018*. Banco de datos en línea. [www.latinobarometro.org](http://www.latinobarometro.org)
- Fumero Vargas, P. (2000). Cultura política y fiesta electoral en Costa Rica a inicios del siglo XX. *Revista de Ciencias Sociales*, 89, 41-57.
- Helsper, E. (2021). *The digital disconnect: the social causes and consequences of digital inequalities*. SAGE.
- Mayoral, J., Parratt, S. y Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 395-409.

Pew Research Center for the People and the Press. (2023). *News platform fact sheet*. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet>

Pomareda García, F. (2 de febrero de 2022). Elecciones 2022: solo en Costa Rica y Honduras los medios no dan espacios por igual a todos los partidos políticos mediante "franjas electorales". *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/solo-en-costa-rica-y-honduras-los-medios-no-dan-espacios-por-igual-a-todos-los-partidos-politicos-mediante-franjas-electorales/>

Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI). (2023). *Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación* (Resumen ejecutivo de resultados). Universidad de Costa Rica. <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Informe-Encuesta-de-Libertad-de-Expresio%CC%81n-en-Costa-Rica-2023.pdf>

Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Paidós.

Siles, I., Tristán Jiménez, L. y Carazo, C. (2021). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. Centro de Investigación en Comunicación (CICOM/UCR).

Simone, R. (2016). *El hada democrática. Por qué la democracia fracasa*. Taurus.

Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL). (2023). *Estadísticas del sector de telecomunicaciones*. Superintendencia de Telecomunicaciones. [https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/informe\\_estadisticas\\_del\\_sector\\_de\\_telecomunicaciones\\_costa\\_rica\\_2022.pdf](https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/informe_estadisticas_del_sector_de_telecomunicaciones_costa_rica_2022.pdf)