

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**CONSECUENCIAS DEL USO INCORRECTO DE LAS  
HERRAMIENTAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK  
APLICADAS A LA PÁGINA DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA  
DE COSTA RICA**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**OLMAN ABIEL ROJAS MORALES**

**TUTORA: Licda. ANA GARCÍA CASTELLÓN**

**SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, CR. JULIO 2019**

## CÓDIGO DE ÉTICA

### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

El suscrito **Olman Abiel Rojas Morales**, carné 20021588, graduado de la carrera de **Periodismo** en el grado académico de **Licenciatura** de la Universidad Internacional de las Américas, se compromete a cumplir, durante el ejercicio profesional, con el código de ética de la Institución, que se rige por los siguientes principios:

**PROBIDAD:** Actuar siempre con rectitud y honradez.

**PRUDENCIA:** Actuar con pleno conocimiento de la materia sometida a su consideración.

**JUSTICIA:** Permanente disposición hacia las funciones de la profesión, bajos los lineamientos legales que debe respetar todo profesional.

**RESPONSABILIDAD:** Cumplir con los deberes, tanto en calidad como en oportunidad.

**DISCRECIÓN:** Guardar respeto sobre los hechos o informaciones de los que tenga conocimiento con motivo del ejercicio profesional, sin que esto perjudique las funciones y responsabilidades.

**INDEPENDENCIA DE CRITERIO:** No involucrarse o comprometerse con situaciones, intereses o actividades contrarias a la moral, a la sana crítica y que, por ley, sean incompatibles con las funciones profesional es correspondientes.

**DIGNIDAD Y DECORO:** Actuar con sobriedad y moderación.

**TOLERANCIA:** Evidenciar una actitud paciente y de comprensión ante las opiniones divergentes que puedan expresar otras personas.

**EQUILIBRIO:** Desempeñar las funciones profesionales con sentido práctico, buen juicio y equidad.

**ACTUALIZACIÓN:** Comprometer parte del tiempo en actualizar los conocimientos en adaptarlos en el desarrollo de la actividad profesional.

**VOCACIÓN:** Mostrar siempre apego al trabajo y a la educación recibida, como fundamentos para el desempeño laboral.

**BUENA FE:** Toda conducta o comportamiento, criterio emitido y labor desempeñada debe basarse en los más altos principios éticos y tendrá como fundamento la buena fe.

Olman Abiel Rojas Morales

Cédula 1-11600851

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, quiero dedicar este trabajo de tesis a Jesús, quien me ha dado la fuerza y las capacidades para culminar con éxito este proceso. Sin su sabiduría no habría podido cursar y culminar esta carrera que hoy me convierte en profesional. Hoy doy gracias a Él, que me permitió llegar con salud hasta este momento.

El fruto de este esfuerzo no se logró solo, por lo que le quiero dedicar la tesis a mis padres Olman Rojas Salazar y Olga Morales Quirós, ambos han sido mi mayor apoyo espiritual y profesional. Mis padres no sólo apoyaron con su sacrificio y amor, sino que lograron que yo concluyera esta etapa de mi vida gracias a su continua oración y respaldo.

Este trabajo final no podría ser posible sin el continuo apoyo de ellos, quienes con genuina preocupación me motivaron a seguir adelante en los buenos y malos momentos. Hoy celebro este logro como si fuera de ellos también, pues de inicio a fin conté con su soporte y empuje.

Espero con este trabajo ser motivo de su orgullo y que este quede plasmado eternamente en el tiempo y se vea reflejado en la nueva vida profesional que inicia con el final de esta tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad. Además, muchas gracias a la Universidad Internacional de las Américas por ayudar a convertirme en un profesional con formación integral, que hoy deja un producto para el aprovechamiento de futuros estudios.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero quiero agradecer a profesores y compañeros quienes de alguna u otra forma han dejado su marca y aporte en mi vida, sobre todo en este trabajo donde siempre hubo palabras de aliento y motivación para alcanzar la meta.

Finalmente, agradezco a quienes leen este apartado; este es un estudio que les permitirá adquirir conocimientos mayores sobre las redes sociales. A todos gracias por creer en mí.

## Contenido

<i>Tribunal examinador</i>	2
<i>Código de ética</i>	3
<i>Dedicatoria</i>	4
<i>Agradecimiento</i>	5
<i>Carta de autorización del tutor</i>	6
<i>Declaración jurada</i>	7
<i>Solicitud de defensa</i>	8
<i>Copia de la cédula</i>	9
<i>Carta del lector</i>	10
<i>Carta del tutor</i>	11
<i>Carta director de carrera</i>	12
<i>Revisión filológica</i>	13
<i>Contenido</i>	14
<i>Resumen Ejecutivo</i>	17
<b><i>CAPITULO I: INTRODUCCIÓN</i></b>	<b>19</b>
Planteamiento del problema	19
Definición operacional de términos	21
Otros conceptos de interés	22
<b><i>Objetivos</i></b>	<b>22</b>
Objetivo general	22
Objetivos específicos	22
Justificación	23
Antecedentes	24
Investigaciones nacionales	25
Investigaciones internacionales	27
Proyecciones	29
<b><i>CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIAS</i></b>	<b>30</b>
Principios que rigen el derecho de acceso a la información pública	30

	15
Importancia del periodismo en la era digital	33
El periodista y saber comunicar en todos los ámbitos	36
Lo que una organización debe comunicar	37
Utilización de las redes sociales a nivel institucional	39
Gestionar con éxito una red social	40
Las fan page de Facebook en la Web 2.0	42
Prácticas comunicativas en Facebook	44
<b><i>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</i></b>	<b>45</b>
Enfoque y tipos de Investigación	45
Enfoque	45
Tipos de Investigación	48
Diseño/Método	49
Población y muestra	50
Técnicas e instrumentos de investigación	54
Procedimiento de análisis de información	54
Fuentes epistemológicas	56
Fuentes normativa nacional e internacional. Ámbito Nacional	58
Entrevistas	58
Variables-Unidad de análisis	59
Los instrumentos	61
Proceso de recolección de datos	63
Referente institucional	64
Método de análisis	65
Presupuesto	65
Cronograma	66
<b><i>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS</i></b>	<b>68</b>
Método cualitativo	68
Técnica de análisis de contenido	69
Entrevista a profundidad	70
Diseño fenomenológico	71
Análisis de contenido	71
Uso de las herramientas	125
Elementos que afectan el desempeño	126

	16
Consecuencias	127
Análisis de la Entrevista de profundidad	129
Crisis en la comunicación institucional	136
Beneficios del uso correcto de las herramientas de Facebook	138
Utilidad de las herramientas de Facebook Live y las Encuestas	139
El rol de las imágenes y la creatividad en la generación de contenido	140
Correcta utilización de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa	143
<b><i>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i></b>	<b>148</b>
Conclusiones	148
Recomendaciones	151
<b><i>CAPÍTULO VI: PROPUESTA</i></b>	<b>152</b>
Manual de contenido digital para el Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica	153
Introducción	153
Objetivo	154
Disposiciones generales	154
Proceso de elaboración de Contenido para redes sociales.	154
Proceso de publicación de contenido para redes sociales	155
Tiempo de aprobación para publicación del contenido	155
Fotografía	156
Vídeos.	156
Ilustraciones	157
Tipo de publicación	157
Transmisiones en vivo	158
Historias	159
<b>REFERENCIAS</b>	<b>161</b>
<b><i>APÉNDICES</i></b>	<b>166</b>
Apéndice A:	166

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo consta de una investigación que se trabajó desde el siguiente tema: *Consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook, aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica*, que estudia el fenómeno de la comunicación digital y como éste podría afectar a una institución de gobierno.

La investigación cuenta con un objetivo principal: Analizar las consecuencias que podrían derivarse del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, por cuanto se considera que las consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de dicha red social, podrían acarrear trastornos en los objetivos de la comunicación institucional del primer poder de la República.

El planteamiento del problema se basó en un análisis de contenido, el cual gracias al proceso observación se lograron establecer elementos que afirman la hipótesis sobre el uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook en la página de la Asamblea Legislativa.

Entre la línea teórica abordada, se consultaron autores que brindaron su aporte sobre la comunicación digital, redes sociales, comunicación institucional, principios constitucionales y Facebook como medio de comunicación. Cada uno de estos temas se relacionan directamente con la participación ciudadana y la comunicación que la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Este trabajo es de enfoque cualitativo, pues cuenta con una evaluación directa del fenómeno de la comunicación y las redes sociales en el siglo XXI. Además, el método de estudio se basó en un detallado análisis de contenido y la entrevista de profundidad con profesionales expertos.

En este estudio participaron profesionales en diversos campos como: el Periodismo, las Ciencias Políticas, Community Managers, Publicistas, Mercadólogos, y Sociólogos, quienes desde su experiencia participaron en la entrevista de profundidad dando su opinión profesional sobre el tema de estudio.

Finalmente se puede concluir que a la Asamblea Legislativa de Costa Rica le interesa el tema de la comunicación con su público, aunque queda demostrado que existen fallas en la ejecución de las herramientas de su página de Facebook, generando consecuencias que distorsionan los objetivos de la institución.

Como profesionales de la comunicación debemos prepararnos para el mundo de la comunicación digital, poniendo especial énfasis a las redes sociales que son hoy el principal

método de información de las personas, esto gracias a las tecnologías que le permiten al ser humano tener todo al alcance de la mano.

Las tecnologías de la comunicación digital evolucionan a paso acelerado, de ahí que se recomienda a la universidad mantener actualizado los planes de estudios para que los nuevos egresados salgan preparados al mundo laboral, y con más razón aún si se trata de la comunicación digital.

## CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

El capítulo primero de la siguiente investigación se divide en cinco partes. La primera es el objeto de estudio donde se explica el problema del tema a investigar, acompañado de la definición operacional de términos en segundo lugar, lo cual ayudará a entender palabras claves derivadas del problema.

En tercer lugar, el objetivo general y los objetivos específicos que permitirán investigar aspectos esenciales de la investigación. Así mismo en tercer, cuarto y quinto lugar se encontrarán los antecedentes históricos de la investigación, la justificación y las proyecciones del estudio respectivamente.

### **Planteamiento del problema**

La comunicación institucional externa es una rama del periodismo que busca informar a una audiencia o comunidad del acontecer de dicho organismo. Cada organización por lo tanto, tiene en sus objetivos alcanzar a una audiencia meta con el mensaje deseado. En algunos casos la información hace referencia a las labores o proyectos y en otras organizaciones sus objetivos son los resultados, las metas o guardar el prestigio.

Anteriormente, todos estos procesos de comunicación externa se llevaron a cabo bajo modalidades de comunicación tradicional, tales como: boletines de prensa, radio, periódicos o prensa escrita. No obstante, a partir de la nueva era de la revolución digital y la incursión de la Web 2.0 inició la modernización de la comunicación, desarrollándose así una migración de la comunicación a las nuevas tecnologías de la información.

Según Meso (2006):

Todos los inventos tecnológicos han sido superados por otros más potentes y eficaces salvo la escritura, que sigue siendo el vehículo más importante de transmisión y almacenamiento de conocimiento. Cambian los soportes pero la letra escrita sigue siendo una herramienta insustituible (p.6).

A criterio de Meso, las tecnologías de la comunicación han evolucionado, no obstante, la esencia de informar que radica en la escritura no muere, y por el contrario se fortalece en la creación de contenido para las nuevas plataformas de la comunicación.

Hoy la comunicación pasa por las redes sociales, las cuales pueden ser accesadas en tiempo real desde cualquier dispositivo móvil como celular, tableta, o computadora, haciendo de estos medios de comunicación una forma más directa y eficaz de informar.

Según Burgueño (2014):

La aparición de los medios sociales ha condicionado completamente los planteamientos de la comunicación tradicional, y hoy no se puede hacer comunicación sin, como mínimo, tenerlos en cuenta. Redes sociales o profesionales, blogs, micro blogs, foto blogs, mundos virtuales, utilidades gráficas, agregadores de contenidos y cualquier soporte o plataforma digital que permita al usuario generar contenidos y compartirlos a través de perfiles privados o públicos, son en gran medida los responsables del cambio que en los últimos años se está dando en las relaciones interpersonales, pero también en los hábitos de consumo y, en general, la relación con las instituciones, las empresas y el poder (p.102).

Los organismo políticos o gubernamentales tienen dentro de sus objetivos comunicar sus resultados a un público meta no sólo delimitado o reducido, sino que como en el caso de la Asamblea Legislativa, y por un principio de publicidad consagrado en el artículo 30 de la Constitución Política de la República de Costa Rica, tienen el deber de dar a conocer todo lo relacionado con la realización, estructuración, aprobación o rechazo de las leyes, siendo que todos los costarricenses tienen que tener el mismo acceso gratuito a toda la información pública que aquí se presente.

Uno de los elementos que da comienzo a toda investigación es la observación, esto con el fin de que el investigador cuestione, analice, lance hipótesis y elabore un problema de investigación que permita dar inicio al estudio.

Dada la observación realizada por el investigador, a continuación, se hace la pregunta que da sentido al problema, gestionando así el inicio y desarrollo de la investigación. La comunicación institucional ha llegado a impactar los organismos gubernamentales y los Poderes de la República siendo que ahora la sociedad se encuentra inmersa en las nuevas tecnologías de la información, usando plataformas digitales como canales de comunicación para informar de forma gratuita a la comunidad.

Siendo que el investigador observa irregularidades en el campo de la comunicación digital institucional de un Poder de la República, que desencadenaría en un problema para la sociedad

costarricense, se realiza la siguiente pregunta ¿Qué consecuencias podrían derivarse del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica?

### **Definición operacional de términos**

Para todo efecto académico y técnico de la presente investigación, los términos que se esgrimen a continuación son derivados del problema planteado, por lo que resaltan de una importancia esencial para la investigación. El investigador busca que no quede duda de los términos, por lo que deja claro lo siguiente:

**Consecuencias:** De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018), La palabra consecuencia hace referencia a “Hecho o acontecimiento que se sigue o resulta de otro” recuperado de <https://dle.rae.es/?id=AO8fvNk> (párr.1).

En otras palabras, una consecuencia es aquello que resulta o es producido por causa de, efecto o resultado de un acto o hecho. Se denomina como un efecto de un determinado suceso, decisión o circunstancia. En consideración a lo anterior, todos los actos originan consecuencias tanto negativas como positivas.

**Uso incorrecto:** Según Diccionario Reverso, (2018), recuperado de <https://diccionario.reverso.net/espanol-definiciones/uso+incorrecto> significa “que no es adecuado a determinadas circunstancias. Aplicar un procedimiento incorrecto” (párr.1).

**Facebook:** red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de una plataforma social con más de dos mil millones de usuarios, plantada en la web que además de perfiles personales, permite conectar, empresas, negocios, instituciones, organizaciones y personajes con una audiencia, comunidad o mercado meta.

**Asamblea Legislativa:** El poder legislativo en Costa Rica (también conocido como primer poder de la República) recae en la Asamblea Legislativa que es el órgano unicameral encargado de la aprobación de las leyes. Está compuesta por 57 legisladores, quienes son elegidos por voto popular, de acuerdo con la proporción de la población en las provincias.

Este organismo político es el encargado de la elaboración y reforma de las leyes y tiene el deber constitucional de comunicar a toda la sociedad costarricense, sobre las leyes o reformas de ley.

### **Otros conceptos de interés**

Redes sociales: Son sitios de Internet formados por comunidades virtuales de individuos con intereses o actividades en común (amistad, parentesco, trabajo, pasatiempos) y que permiten tener contacto entre ellos, siendo así que de esa manera se puedan comunicar e intercambiar información.

Web: Vocablo inglés que significa “red”, “telaraña” o “malla”. El concepto se utiliza en el ámbito tecnológico para nombrar a una red informática y, en general a Internet.

Página Web: Conjunto de informaciones de un sitio Web que se muestran en una pantalla y que pueden contener textos, contenido audio visual o enlaces a otras páginas.

Comunicación digital: Según Gonzales, I (2016) extraído de <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>:

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico.

Pero más allá de las herramientas y aparatos, de la tecnología por sí misma, la comunicación digital es un ecosistema que para funcionar requiere de una coordinada simbiosis entre éstas y las personas que participan en el intercambio de información (párr.2-3).

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar las consecuencias que podrían derivarse del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los elementos que afectan el desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa.
- Investigar el uso de las herramientas de la red social Facebook aplicada a la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

- Proponer un manual de contenido, que se generen de forma orgánica en la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

## **Justificación**

La comunicación es quizá el elemento más trascendental en las relaciones humanas. Una persona, por naturaleza, requiere relacionarse con otros individuos para satisfacer sus necesidades de afecto y socialización.

En el caso de las empresas, organizaciones o instituciones, dicho factor es de igual importancia, esto debido a que la comunicación es la base estructural para la transmisión de información de todas las actividades diarias.

En la actualidad, las organizaciones necesitan mantenerse al día, estar al tanto de las nuevas tendencias e innovar no sólo en productos y servicios, sino que también debe direccionar sus estrategias a la nueva era de las tecnologías de comunicación; con el fin de alcanzar el éxito y la permanencia entre sus clientes, usuarios o prensa.

En el caso de organizaciones como instituciones de gobierno o poderes de la República este elemento se vuelve aún más determinante, sobre todo porque hablamos que para bien o para mal los acontecimientos diarios afectarán a toda una sociedad, por lo que el objetivo será mantener y reforzar la buena comunicación con la ciudadanía y la prensa.

Facilitar el flujo de información al receptor del mensaje es una tarea que no solo depende del uso de los medios tradicionales de comunicación (prensa escrita, boletines, radio y televisión), sino que en la nueva era de tecnologías de comunicación resaltan una serie de nuevos actores los cuales son los que alimentan el contenido diario.

Es así como en el espectro de los medios de comunicación aparecen las redes sociales, la cuales son plataformas digitales que permiten publicar de forma rápida y eficaz todos los detalles que el público meta anda buscando. Por mencionar algunas YouTube, Twitter, Snapchat, Instagram y Facebook.

Con 3.502.632 de cuentas creadas, 2.539.408 de usuarios activos, y traducida a más de 100 idiomas la red social Facebook se ha convertido en la plataforma de comunicación digital con mayor influencia en el mundo, y esto surge precisamente por el sinfín de posibilidades que existen en cuanto a la gestión de la comunicación con la sociedad.

El valor principal de Facebook es precisamente la masa de usuarios que reúne en un mismo lugar, haciendo de ello una comunidad de personas que pasan mucho tiempo dentro de la red social interactuando con otras personas (subiendo fotos, generando contenidos propios, difundiéndolos, comentando), quienes participan varias veces al día y pasan más tiempo en ella que en otras redes sociales; y todo esto desde una computadora o un celular.

El objetivo principal de esta investigación radica en determinar cuáles son las consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook, aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

La importancia de realizar este estudio es porque se muestra una forma de aplicar las herramientas de Facebook de la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica que demuestran una problemática existente, además de que brinda a los periodistas de la Oficina de Prensa de la Asamblea Legislativa herramientas para mejorar los procesos y la ejecución de la comunicación organizacional externa, por medio de la página de Facebook.

El estudio aporta un manual de contenido completamente factible de elaborar, ya que en Costa Rica y en la Asamblea Legislativa existen profesionales especializados Periodismo Social y Comunicación digital, que pueden utilizar las herramientas de Facebook de forma correcta y cumplir con el objetivo de mejorar la comunicación.

Es por ello por lo que tanto esta investigación como el manual que se propone, vienen a aportar un recurso importante tanto para la Asamblea Legislativa como para otras instituciones que quiera mejorar los procesos de comunicación digital a través de Facebook.

Con el lanzamiento de Facebook en el año 2005 las personas se plantearon una nueva forma de comunicarse unos con otros. Hoy, 14 años después y con 2.539.408 cuentas activas, Facebook es el mejor ejemplo de una red social de masas y sus números avalan su importancia, no sólo por vincular los hábitos y costumbres de los individuos, sino por abrirse a materia de comunicación empresarial e institucional, donde incluso temas como gobierno abierto (transparencia gubernamental) son contenido de gran trascendencia para una sociedad que exige claridad en la información de la gestión pública.

### **Antecedentes**

Los antecedentes representan investigaciones anteriores, que permiten sustentar la información con datos de tesis previas y otros estudios de post grados y artículos científicos realizados con anterioridad.

Facebook y la utilización correcta de sus herramientas como estrategia para alcanzar el éxito de la comunicación en una organización ha sido uno de los temas más estudiados y debatidos en distintas pruebas de grado. Es por eso por lo que múltiples tesis nacionales e internacionales dan un acompañamiento y validez científica a esta investigación, dejando claro que éstas no corresponden en específico a los objetivos de la presente investigación.

### **Investigaciones nacionales**

Para Ramírez, Z (2010) Análisis de la percepción de los usuarios de redes sociales del Gran Área Metropolitana con edades entre los 15 y 35 años con respecto a las campañas virales en Facebook y desarrollo de una estrategia de comunicación para el sector servicios privados. Costa Rica, uno de los temas más importantes de la comunicación digital es la viralidad. En este estudio el investigador apunta a las estrategias de comunicación como una forma exitosa de generar viralidad entre los usuarios de Facebook de 15 a 35 años, siendo que este es uno de los sectores más activos en red social.

En relación con la presente investigación se debe destacar el aporte en cuanto a la parte teórica de las estrategias de comunicación en Facebook, dejando en claro que dicha tesis abarca el sector de servicios privados mientras que la presente investigación apunta a un organismo del Estado.

Solano, A (2011) Migración de la tv analógica a la digital: aproximación diagnóstica en estudiantes universitarios del Centro del Área Metropolitana. Costa Rica, planteó una investigación que concuerda con uno de los alcances de la presente investigación. Solano explica como la televisión ha emigrado a contenidos digitales, esto acorde a la forma en como el ser humano ha evolucionado para comunicarse. Dentro de las herramientas de Facebook se encuentra una aplicación llamada transmisión en vivo (Streaming), instrumento que aparece planteado como uno de los elementos valorados como propuesta para solucionar el problema presentado en esta investigación.

Solano (2011) en su investigación, visualizó la migración de la tv analógica a digital como una forma en la que las audiencias podrían estar más cerca de cualquier tipo de información. El aporte de esta investigación es valioso en el tanto que se enfoca en una de las herramientas con las que cuenta la plataforma de comunicación Facebook.

Valverde, V (2012) El uso de la infografía periodística digital como recurso para la circulación de noticias en la Red Social Facebook. Costa Rica, valoró las infografías como un recurso sumamente útil cuando se quiere gestionar con éxito una red social como Facebook. Existe la percepción de que la gente no le gusta leer, de ahí que la infografía bien realizada es lo suficientemente poderosas como para cautivar una audiencia y transmitir un mensaje.

La investigación de Valverde (2012), genera aportes sumamente útiles sobre el uso correcto de uno de los recursos que tiene Facebook para comunicar. Tanto su abordaje teórico, así como su abordaje y la historia del problema, permiten a la presente investigación obtener y contrastar datos dan mayor fundamentación a la misma.

Valverde, E (2013) Diagnóstico de la eficiencia de la comunicación entre la Municipalidad de Moravia y los ciudadanos del cantón, por medio de la herramienta Facebook, junio a agosto 2013 es un estudio que evalúa la eficiencia de la comunicación por medio de Facebook, es el principal objetivo de esta investigación. Su relación con el presente estudio se acerca por el lado de la eficiencia, teniendo la palabra eficiencia como una consecuencia positiva o negativa de la comunicación por medio de esta plataforma.

Ramírez, C (2013) Manejo idóneo de perfiles de Facebook, casos: La República y El Financiero. Costa Rica, realiza una investigación que opta por estudiar el manejo idóneo de perfiles de Facebook, haciendo un análisis profundo de los casos del diario la República y el Financiero. El uso idóneo para estos dos casos en mención, son completamente atinentes al tema de la presente investigación, tanto desde el abordaje histórico, como teórico, siendo no sólo que se investigan los caso, sino que esta ofrece una propuesta de solución al problema planteado.

González, A (2014) Identidad social y el uso de Facebook: su identidad con la autoestima y el disfrute de esa red en estudiantes universitarios. Costa Rica, alcanza una investigación profunda que tiene como objetivo analizar el uso del Facebook relacionándolo con la autoestima y el disfrute de los estudiantes universitarios.

Dicho estudio interioriza el uso de las redes sociales, siendo que alrededor Facebook una persona puede construir una imagen. Además, la investigación vincula el uso de Facebook con la autoestima de las personas, partiendo de la premisa de que los estudiantes universitarios carecen de habilidades para comunicarse en la vida real y se escudan en dicha red social para encontrar aceptación y hacer amigos.

En relación con la presente investigación, dicha tesis aporta valores teóricos de conceptos muy importantes. Además de que dicta parámetros sobre el uso de Facebook desde un punto de vista individual.

Para González, W (2015) Propuesta de gestión de la comunicación interna por medio de redes sociales para medianas empresas del sector tecnología en Costa Rica. Costa Rica, la importancia de esta investigación, es que desde su concepción ofrece una propuesta de gestión de la comunicación interna de una compañía, por medio de redes sociales.

En el tanto de la relación con la presente investigación, hay que destacar que, sin importar la comunicación interna o externa, el uso de las redes sociales como Facebook debe ser el óptimo, por lo su propuesta de gestión vincula el desarrollo de esta con el uso correcto de la Red Social Facebook.

### **Investigaciones internacionales**

En el caso de Mejía, O (2012) Uso de las redes sociales como medio comercial (Facebook). Guatemala, permite al lector adentrarse en los intereses de una organización o institución en Facebook, los cuales desde su criterio no son temas que estén alejados de los intereses comerciales de las empresas. La principal diferencia es que las organizaciones informan o educan, mientras que las compañías venden o tratan de ganar prestigio.

Desde la investigación de Zabaleta, R. Zúñiga, P. Cantillo, L (2015) Uso de la Red Social Facebook en la política cartagenera, basado en modelo de la recepción selectiva. Colombia, es importante destacar la vinculación de la Red Social Facebook con la política de Cartagena. Aunque dicha investigación abarca el tema de la política, describiendo esta desde el eje de los procesos electorales, lo cierto del caso es que se logra exponer claramente el uso de la Red Social Facebook como medio para alcanzar los objetivos de comunicar.

La presente tesis vincula temas teóricos importantes, algunos relacionados con la investigación expuesta por Zabaleta, et al (2015) siendo que desde la formulación del problema se le asigna al uso de Facebook un rol importante no solo en las campañas electorales, sino que también en la promoción de la política.

Por su parte Castillo, A Almanza, A (2015) Redes sociales y juventud: Uso de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia. España, reconoce en su investigación, como la juventud, particularmente los millenials utilizan considerablemente las redes sociales. De ahí que

se haya investigado el uso de Facebook por parte de jóvenes de México y Argentina. El aporte de la tesis para la presente investigación es de carácter teórico, así como histórico, siendo que se analiza en tiempo, el comportamiento de la juventud sobre el uso de Facebook.

Mejía, V (2015) Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes del canto de Yaguachi. Ecuador, deja claro en su investigación que las redes sociales son un elemento fundamental en la generación de influencia sobre la juventud de Yaguachi, por lo que su aporte a la presente investigación sirve para exponer temas teóricos sobre las redes sociales, así como el estudio de un caso como lo es la formación de los jóvenes del Cantó de Yuguachi.

La relación de esta investigación con el presente estudio pasa por los aportes teóricos que definen el uso correcto de la red social Facebook para las empresas, con la diferencia que la Asamblea Legislativa de Costa Rica no busca vender un producto, más sí ofrecer un servicio.

Paco, F (2017) Red Social Facebook y su incidencia en la trata y tráfico. Bolivia.

Paco (2017) expone una investigación amplia sobre el mal uso de la red social Facebook, y como esto agrava la incidencia en la trata y tráfico de personas. Aunque esta investigación se trata de una coyuntura social, sí se generan conceptos vinculantes a la presente investigación, sobre todo en la parte teórica y la exposición de procesos para la incorrecta utilización de la plataforma digital de Facebook.

Para Zeler, I (2018) Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina. España, el tema de la red social Facebook es carácter novedoso, expone con buen detalle los nuevos conceptos de comunicación, así que diagnostica el buen uso de Facebook como instrumento para las empresas de América Latina.

El aporte a la presente investigación es que permite vincular la propuesta de comunicación que se ofrece a las empresas de América Latina, y concatenarla en cierta medida para cumplir con los objetivos de las organizaciones como la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

La anterior lista de antecedentes son estudios de carácter científico que aportarán fundamentación científica a la presente investigación, puesto que son pruebas de grado que demuestran que el tema ha sido estudiado a nivel nacional e internacional desde distintos objetivos; dejando en claro que ninguna de las anteriores investigaciones corresponde en específico al tema o los objetivos propuestos en la presente investigación.

## **Proyecciones**

- La presente investigación abarca sobre todo al uso correcto e incorrecto de las herramientas de la red social Facebook, aplicadas en la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, precisando cuáles son las consecuencias de ello.
- La trascendencia de esta investigación consiste en diseñar un manual de contenido en el que se recomiende a los periodistas encargados de la comunicación institucional de la Asamblea Legislativa un uso correcto de las aplicaciones de Facebook, con el fin de sacarle el máximo provecho a la herramienta y mejorando la comunicación con la sociedad costarricense.
- Capacitar y concientizar a los periodistas encargados de la oficina de prensa de la Asamblea Legislativa, sobre la importancia de actualizarse diariamente en el tema de comunicación digital, y la implementación de nuevas estrategias acordes a las nuevas tecnologías de la información.
- El presente estudio se limita al análisis de la página de la Asamblea Legislativa en Facebook, sin embargo, las recomendaciones y alcances podrán ser utilizados para otros organismos gubernamentales de Costa Rica; esto debido a que la plataforma de Facebook contiene las mismas herramientas para cualquier perfil, las cuales según los procesos definidos pueden utilizarse de igual manera en otros casos. La aplicación de las recomendaciones dependerá de los objetivos de la institución.

## CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIAS

Según Hernández et al., (2014, p. 60) el objetivo de este capítulo es exponer y analizar las teorías y las conceptualizaciones que se consideren válidas para encuadrar el estudio. Desarrollar el marco de referencias de esta investigación, requiere de un abordaje cualitativo, de técnicas epistemológicas o fuentes bibliográficas que den sustento al tema de estudio. Esto busca que se comprueben los aportes bibliográficos de connotados escritores e investigadores que previamente hayan realizado aportes investigativos, relacionados con la historia y manejo de la comunicación en la red social Facebook

A criterio de Hernández, Fernández y Baptista (2014) “un buen marco teórico no es aquel que contiene muchas páginas, sino que trata con profundidad únicamente los aspectos relacionados con el problema, y que vincula de manera lógica y coherente los conceptos y las proposiciones existentes en estudios anteriores” (p.75).

Al ser las redes sociales, Facebook y la comunicación institucional temas de actualidad e interés social en Latinoamérica, se logró comprobar que existe gran variedad de investigaciones y literatura que tocan a fondo distinta áreas. Siendo así que algunos estudios involucran fenómenos de comunicación institucional con respecto a la utilización de plataformas digitales como medio de comunicación.

En algunos casos, haciendo énfasis en el uso e importancia de la plataforma digital de Facebook. Según Hernández, et al., (2014) “construir el marco teórico no significa solo reunir información, sino también ligarla e interpretarla” (p.75).

De la información concerniente al Facebook y su utilización como medio de comunicación para organizaciones, se desprenden muchos aspectos que los periodistas encargados de comunicación institucional deben de tomar en cuenta, esto con el único fin de realizar la función comunicativa institucional de la mejor manera.

Teniendo en cuenta que a cómo evoluciona las tecnologías de la comunicación, así mismo el comunicador debe evolucionar para cumplir con los objetivos y exigencias de la era digital de la información.

### **Principios que rigen el derecho de acceso a la información pública**

Los países que se rigen bajo los modelos democráticos suelen tener un Estado que gobierna con una serie de principios. Principios que también son conocidos como primicia de ley

o principios fundamentales, los cuales permiten que el ejercicio del poder sea acorde a la constitución política o las leyes vigentes y no a la voluntad antojadiza de las personas.

El derecho al acceso a la información pública en Costa Rica es un derecho reconocido constitucionalmente el cual menciona que (Const. 1949) “Se garantiza la libertad de petición, en forma individual o colectiva, ante cualquier funcionario público o entidad oficial, y el derecho a obtener pronta resolución” (art.27).

Este derecho al acceso de la información pública es entendido como un derecho fundamental ya que permite a los ciudadanos acudir a la administración pública para obtener información sobre asuntos de interés público. Se constituye en una garantía esencial en todo Estado de Derecho, pues forma parte de la democratización de las instituciones públicas.

Acceder a la información pública no sólo se limita a la exigencia o petición de la ciudadanía, sino que también involucra la participación de los funcionarios públicos y de las instituciones, apelando así a principios que rigen el derecho de la información como el principio de constitucionalidad, principio de legalidad, principio de transparencia administrativa, principio igualdad y principio de publicidad, el cual sirve para dar a conocer el trabajo, acciones o resultados de lo público.

Córdoba, J citando a Fernández, S (2003) asegura que:

“Con todo, entendemos que –a pesar de las deficiencias señaladas– el derecho de acceso a la información en poder de las Administraciones Públicas –y, más genéricamente, el principio de publicidad de la actuación administrativa– ha entrado, por fin, en nuestro Derecho en un proceso irreversible de institucionalización, en el que es de confiar que la ciudadanía no acepte ni una marcha atrás ni mayores aplazamientos. La publicidad administrativa, quiéralo o no el legislador, se impondrá indefectiblemente, aunque para ello será necesario, con toda seguridad, el concurso del esfuerzo de los ciudadanos, de los agentes públicos y de los jueces” (p.1).

El principio de constitucionalidad se obtiene del análisis del artículo 10 de la Constitución Política de Costa Rica, el cual crea la jurisdicción constitucional, (Const. 1949, art. 10) “Corresponderá a una sala especializada de la Corte Suprema de Justicia declarar, por mayoría

absoluta de sus miembros, la inconstitucionalidad de las normas de cualquier naturaleza y de los actos sujetos al Derecho Público” y del artículo 11, que obliga a los funcionarios públicos a cumplir con deberes que se exponen en ella, el cual menciona que (Const. 1949, art. 11) “Los funcionarios públicos son simples depositarios de la autoridad. Están obligados a cumplir los deberes que la ley les impone y no pueden arrogarse facultades no concedidas en ella. Deben prestar juramento de observar y cumplir esta Constitución y las leyes. La acción para exigirles la responsabilidad penal por sus actos es pública”. Esto supone la consagración de la supremacía de la Constitución Política por encima no solo de las autoridades públicas, sino que también rige para todos los ciudadanos.

El principio de legalidad, también conocido como primicia de ley es un principio fundamental, conforme al cual todo el ejercicio de un poder público debe realizarse acorde a las leyes vigentes y de acuerdo con su jurisdicción y no a la voluntad de las personas.

A criterio de Córdoba, J (2003) el principio de legalidad “establece los límites y alcances del actuar de la administración en concordancia con el ordenamiento jurídico al cual está sometido. De esta forma, el bloque de legalidad determinará el margen de actuación de la Administración frente a los ciudadanos” (p.4).

El principio de transparencia administrativa es el que apela a las actuaciones de la Administración Pública, las cuales son expuestas a control de los ciudadanos, quienes velarán por la transparencia y demandarán infracciones en caso de que se incumpla con este ordenamiento jurídico. En palabras de Córdoba, J (2003) “El principio de transparencia administrativa se constituye en piedra angular en la interpretación y protección de las garantías fundamentales de los ciudadanos” (p.7).

Para entender la regulación de este principio no solo es importante leer el artículo 27 de la Constitución Política, sino que también hay que apelar al artículo 30 el cual dice que “Se garantiza el libre acceso a los departamentos administrativos con propósitos de información sobre asuntos de interés público. Quedan a salvo los secretos de Estado” (Const. 1949, art. 30).

Por su parte, el principio de igualdad, consagrado el artículo 33 de la Constitución Política de Costa Rica advierte que (Const. 1949, art. 30), “Todo hombre es igual ante la ley y no podrá hacerse discriminación alguna contraria a la dignidad humana”, siendo así que, en cuanto a la administración pública, todos los individuos tendrán igualdad al acceder y peticionar información de naturaleza pública ante las autoridades.

El principio de publicidad en el poder legislativo es un principio que permite no solo dar a conocer los proyectos de ley, sino que también fortalece la transparencia de las actuaciones de la Asamblea Legislativa.

Según Córdoba, J (2003):

“El principio de publicidad debe ser enfocado como un derecho de los ciudadanos de conocer tanto el ordenamiento jurídico que lo rige, como el sustento de las actuaciones de la Administración. El fundamento constitucional de este principio lo encontramos en los artículos 124, 126 y 129 de la Constitución Política de Costa Rica” (p.11).

Las leyes deben ser de carácter público, como principio general, con eso, nadie puede eludir su incumplimiento, alegando razones de ignorancia o desconocimiento, tal y como lo consagra la constitución política. Más claramente, las leyes por ser normas de conducta humana, es decir, mandatos dirigidos a la conducta libre, esencialmente libres, de las personas, permiten que a ellas se les pueda responsabilizar de su cumplimiento, si las conocen, porque solo conociéndolas son capaces de acatarlas o desobedecerlas.

Este principio es indispensable en el trámite de las iniciativas de ley, puesto que se constituye en una garantía del debido proceso, que se debe cumplir para evitar un procedimiento con vicios de constitucionalidad, en otras palabras, si no hay publicidad, no hay debido proceso.

### **Importancia del periodismo en la era digital**

En un mundo altamente globalizado y sujeto a los cambios es una realidad que desde hace un tiempo el periodismo está sufriendo una fuerte reconversión, adaptándose a las nuevas tecnologías de la información y comunicación y volviendo a su más pura esencia, al fin y al cabo, reinventándose.

El periodismo digital lleva poco más de una década en el panorama de los medios de comunicación, pero en escaso tiempo ha conseguido hacer sombra a su mayor competidor, el gigante de la prensa escrita en papel, el cual gozaba de una audiencia y difusión considerable. Siendo así que haya conseguido consolidarse satisfactoriamente en el panorama comunicativo como un medio más, de referencia y de enorme difusión.

Meso (2006) indica que “En vísperas del mundo digital puede afirmarse que el periodista del siglo XXI será digital o no será” (p.5), palabras muy fuertes pero que vislumbran un futuro poco prometedor para todo aquel que no esté presente.

Desde que los diarios crearon su edición digital y surgió un sinnúmero de publicaciones digitales son muchos los lectores que han migrado de un medio a otro y es que el medio digital tiene muchas ventajas potenciales que le caracterizan y constituyen su esencia, claro está sin dejar de lado su fundamento.

Meso (2006) agrega lo siguiente en relación con la esencia del periodismo en la era digital:

Todos los inventos tecnológicos han sido superados por otros más potentes y eficaces salvo la escritura, que sigue siendo el vehículo más importante de transmisión y almacenamiento de conocimiento. Cambian los soportes, pero la letra escrita sigue siendo una herramienta insustituible (p.6).

Uno de los aspectos que más determinan el nuevo ámbito digital recientemente establecido es el concepto de dinamismo, que se centra en el uso de cuatro características que son inherentes al concepto del periodismo digital, como son la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización.

La temporalidad de los acontecimientos reflejados en el medio periodístico es un factor decisivo ya que las informaciones aparecen de manera mucho más ágil y sin temor a la limitación de espacio, por esa razón podemos encontrarnos en la página de un periódico una afluencia de noticias muy numerosas durante la jornada respecto a un solo tema.

La hipertextualidad es también un elemento clave y protagonista en el entorno digital que da la posibilidad a los lectores de ampliar la búsqueda de información, ayuda a contextualizar mucho mejor una noticia y de esta forma es el lector quien decide hasta qué punto quiere profundizar en el tema.

Otra de las características a destacar es como se desvanecen las barreras entre los distintos géneros periodísticos y las herramientas que apoyan los textos, cada vez se aúnan y complementan más entre ellos, pudiendo emplear y aprovechar la potencialidad del elemento audiovisual para apoyar cualquier información.

Una de las mayores ventajas y características del nuevo paradigma digital, es la interactividad, el hecho de que exista un intenso feedback entre emisor y receptor, ya que no solo dota al medio de un gran dinamismo, sino que da la posibilidad al lector de interactuar, algo que crea mucha cercanía y proximidad con el periodista o escritor.

Y que además constituye una de las más efectivas herramientas del siglo XXI y por supuesto del sistema democrático, ya que brinda la oportunidad a todos los lectores de opinar, sugerir, preguntar o aportar información y eso en gran medida es fundamental y necesario siempre que se haga con juicio y crítica por parte de los lectores y se utilice como la buena herramienta que es.

Meso (2006) lo aclara, y advierte en relación con las nuevas facetas del periodista:

El oficio del periodista está inmerso en un profundo proceso de transformaciones como consecuencia del advenimiento del periodismo electrónico. El periodista de la próxima década será por tanto y además un periodista multimedia, una especie del hombre orquesta, capaz de utilizar imágenes de vídeo en la edición en línea de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio. La única especialidad posible en el periodismo del futuro será trabajar en todos los medios y con todos los medios (p.6).

Internet en los últimos años ha tenido una gran repercusión y un fuerte crecimiento y esto es lo que ha provocado el gran auge de todos los diarios y publicaciones digitales, unido al protagonismo y aumento creciente de las redes sociales, que combinados constituyen un poderoso elemento mediático y un buen apoyo siempre y cuando las utilicemos como es debido.

Este poder de instantaneidad se ha visto muy potenciado por las redes sociales como Facebook o Twitter, en las que actualidad se pierde en escasos minutos, pero, aunque la frecuencia de actualización y la inmediatez son armas muy potentes hay que tratarlas con precaución ya que se puede generar una saturación de contenido y crear sobre información. Según Meso (2006) “El periodista deberá estar conectado a las Red, se llame internet o como quieran bautizar los expertos a los canales del ciber espacio” (p.9).

El surgimiento del periodismo digital además de traer un aluvión de críticas y consideraciones, al mismo tiempo que miedos e incertidumbres han generado que la figura del

periodista se reinvente y se vuelva a consolidar en la sociedad ya que en los últimos tiempos se había perdido y difuminado en cierto modo su labor y misión.

No olvidemos que el periodista debe ser un profesional atento a las necesidades de la sociedad, fiel y exacto en la descripción de los hechos y del papel que juegan cada uno de los actores sociales. Solamente ese buen periodismo ha sido, es y será para siempre, la base y soporte de la calidad de los contenidos de cualquier medio de comunicación, sea del tipo que sea para la información presente y futura.

### **El periodista y saber comunicar en todos los ámbitos**

La comunicación es uno de los pilares básicos en todos los elementos de nuestra sociedad. Dicho factor se sobre dimensiona cuando este es realizado por un periodista, quien por definición propia sería un experto en comunicación.

Hoy los periodistas siempre están conectados a las relaciones sociales, ahora más que antes gracias a la expansión y el auge de Internet. Todo este ejercicio de actividad y conectividad se da de forma orgánica tanto en público como en privado, por lo que resulta indispensable afilar las habilidades que hagan del periodista un buen comunicador.

Lo que decimos en nuestros perfiles en redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram tiene un significado que forma el concepto que otros tienen de nosotros, así mismo el impacto se replica cuando en las manos del periodista está la comunicación de una organización, por lo que saber comunicar bien se vuelve aún más esencial.

El periodista no solo debe comunicar bien a la hora de reportear, en ámbitos empresariales o institucionales el peso y la responsabilidad de la información es aún más, representa la imagen, la ideología, la identidad y la confianza de toda la organización.

Burgueño (2014) explica lo siguiente en cuanto a la importancia del periodista a la hora de comunicar:

Igual que es aconsejable que un chef, para conocer lo que va a satisfacer a su clientela, disfrute de un buen paladar porque al probar su receta se transforma él mismo en su cliente más exigente, de la misma manera para el periodista que pasa a desempeñar tareas

de comunicación su gran baza es su experiencia, el conocimiento de la profesión, de las necesidades del periodista, los enfoques, lo que vende (p.22).

No obstante, el mismo Burgueño advierte que para ser un buen chef no basta con tener ese buen paladar, así como para el periodista no es suficiente haber ejercido como tal para trabajar en comunicación, “La comunicación es mucho más amplia y abarca mucho más que las relaciones con la prensa, aunque sea esta una parcela relevante” (Burgueño, 2014, p.22).

Black (1994) citado por Burgueño (2014) menciona que:

El sentido común, la curiosidad, la objetividad, la lógica y un claro raciocinio son quizás las cualidades más importantes de un profesional de las relaciones públicas con éxito, y ninguna de ellas se enseña en clase. Sin embargo, es necesario tener además una estimación y experiencia práctica de los medios, métodos y técnicas de relaciones públicas, y todo esto sí que puede enseñarse eficazmente si se complementa la teoría con el estudio de casos (p.22).

En otras palabras, las habilidades, conocimientos y recursos del periodista son útiles y suponen factores indispensables para desarrollar una buena tarea profesional en el ámbito de la comunicación tanto institucional como digital.

### **Lo que una organización debe comunicar**

La comunicación externa de una organización tiene como objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la organización y los diferentes públicos. Esto se realiza gracias a las acciones informativas que la organización dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores, la prensa o la sociedad.

A diferencia de las empresas los ciudadanos se decantan por una u otra en función de muchos factores que hicieron que la comunicación convenciera de que aquella fuera la que convenciera por ser la mejor.

No obstante, eso no sucede en una organización, definiendo ésta como una institución a la cual el ciudadano no puede escoger, sino que en el desarrollo de la vida cotidiana de la sociedad

el individuo obligatoriamente se verá vinculado con ella, ejemplo una organización gubernamental.

Hablar de la comunicación de una organización representa elementos tangibles e intangibles que vinculan a ésta con una audiencia, lo que llama Burgueño (2014) “capitales intangibles: la marca, la imagen, la reputación” (p.23).

Ampliando sobre ello, Otero (2001), mencionado por Burgueño (2014) explica que:

En todo caso, no es tan inmaterial e intangible como suele pensarse. La comunicación y las relaciones públicas constituyen el pilar sobre el que se construye la reputación corporativa de una organización, y una reputación bien gestionada “permite transmitir una serie de cualidades positivas (credibilidad, popularidad...), aumenta la posibilidad de lograr alianzas estratégicas, mejora la percepción institucional, posibilita un acercamiento a los públicos, potencia los canales internos y externos de comunicación y es una importante herramienta de integración en un proyecto común. Todo ello convierte a la reputación corporativa en un valor real” (p 23).

El aforismo acuñado por muchos escritores que dice que “si no comunicas no existes”, es una de esas frases que explica con mayor sencillez y certeza, la realidad de la comunicación en una organización.

Toda organización tiene su grado de importancia para la sociedad, en casos más puntuales como instituciones estatales, o poderes de la República, resulta indispensable no solo que la comunicación sea fluida, sino que sea rápida y asertiva.

La comunicación en una organización no ofrece productos, o vende promociones de artículos; se trata de información vital que trasciende lo estrictamente vital para el funcionamiento de una nación, de ahí que amerita que ésta sea bien gestionada, en otras palabras, proceso que se establece entre la organización y el conjunto de la opinión pública.

### **Utilización de las redes sociales a nivel institucional**

Por muchos años externar la información de una organización se limitaba a realizar comunicados de prensa que luego eran reproducidos por medios de comunicación tradicionales (Prensa escrita, radio y televisión). No obstante, la tecnología de la información digital ha llegado a las instituciones a modernizar sus formas de comunicación en función de las nuevas tendencias.

Con el auge de la web, se han desarrollado grandes comunidades en línea a las cuales se les llama “Redes Sociales”. Debido a su popularidad, se han creado cientos (si no es que miles) de redes sociales, cada una con características propias que permiten la interacción entre las personas que se encuentran en la red.

Aunque cada red social es diferente y cuenta con sus propios usuarios, todas comparten una misma característica: Se encargan de reunir un gran número de usuarios simultáneamente eliminando así, la distancia entre ellos.

A diario, gran parte de la población mundial se encuentra en línea constantemente, por ello, que precisa que las organizaciones inviertan en tener presencia en las redes sociales, y aunque es cierto que no todas van de acorde con tu producto o servicio, existen algunas (las más populares) que encajan perfecto en las estrategias de marketing digital, promoción y publicidad.

Por ejemplo, Facebook es la red social número 1 en el mundo, teniendo aproximadamente 2.200 millones de usuarios.

Ante la participación de las organizaciones en los medios sociales, Burgueño (2014) ha explicado que:

La aparición de los medios sociales ha condicionado completamente los planteamientos de la comunicación tradicional, y hoy no se puede hacer comunicación sin, como mínimo, tenerlos en cuenta. Redes sociales o profesionales, blogs, micro blogs, foto blogs, mundos virtuales, utilidades gráficas, agregadores de contenidos y cualquier soporte o plataforma digital que permita al usuario generar contenidos y compartirlos a través de perfiles privados o públicos, son en gran medida los responsables del cambio que en los últimos años se está dando en las relaciones interpersonales, pero también en los hábitos de consumo y, en general, la relación con las instituciones, las empresas y el poder (p.102).

La organización, institución o Poder de la República es un ente social y como ello ha de actuar, por eso debe hacer una comunicación externa efectiva y eficiente con el objetivo no sólo de mejorar la imagen de la empresa sino también de conservarla, además de dar confiabilidad a la ciudadanía.

Además, se debe sumar uno de los conceptos fundamentales de la comunicación institucional en redes sociales, y es el concepto de conversación, el cual es la médula de las redes sociales, esto lo que quiere decir es que “la comunicación ya no es unidireccional, no es solo emisión, también es recepción y tan útil como lanzar mensajes es escuchar, pues así es posible conocer directamente la opinión del cliente (Burgueño, 2014, p.101).

### **Gestionar con éxito una red social**

El público o la audiencia en los medios de comunicación ha cambiado en función de la era digital; ahora la comunidad que confluye en el internet tiene sus propios hábitos. Por eso se debe notar que todas las instituciones u organizaciones tienen presencia activa en la red, haciendo de esto que ninguna se quede atrás y por el contrario se inserten cada día más en el quehacer comunicativo digital.

Es necesario que las organizaciones estén presentes en ese espacio de interacción, y para hacerlo efectivo nada mejor que el uso de las redes sociales, ya que en ellas se encuentra la sociedad a la cual se va a llegar.

Facebook, Twitter, Sparkle, Instagram, YouTube, LinkedIn son solo algunos de los canales de que comunicación, fundamentales para interactuar con la audiencia, eso sí, desarrollando una gestión asertiva, y profesional.

Según Burgueño (2014) “Aunque parezca muy obvio decirlo, cualquier estrategia de comunicación 2.0 debe tener siempre presente el sentido común: al final, se trata de ponerse en la piel del usuario (del indignado, del fan, del pasivo...), tratar de detectar sus necesidades, pero, sobre todo, comunicar lo que uno es y ser aquello que comunica” (p.103).

Gestionar con éxito la comunicación inicia desde la propia escogencia de los o el canal de distribución, siendo que uno de los errores más comunes de la comunicación institucional es creer la organización tiene que estar presente en todos los canales o redes.

Esa premisa puede ser verdadera en algunos casos, aun cuando no siempre se necesita estar en todos los medios sociales. Parte de la buena gestión de redes sociales es saber elegir cuál de ellas conviene más, es la más atinada y cumple con los objetivos de la organización, para luego de eso enfocar todas las baterías y estrategias.

Antes las dudas que se generan a la hora de gestionar de forma correcta la comunicación en estos medios sociales, Burgueño (2014) asegura que las estrategias son distintas para cada organización, pero sería un pecado ignorar lo que el autor llama, las cuatro fases potenciales de la gestión comunicativa.

1. Escuchar: En Internet y en los medios sociales, nuestra organización es lo que dice y lo que muestra, pero también es lo que dicen de ella. Es irrenunciable monitorizar la red, saber qué se está diciendo de nosotros, quién lo dice, qué alcance tiene... Una crisis que se genere por ejemplo en Twitter puede propagarse en cuestión de minutos y crear auténticos aprietos a empresas o instituciones. Y al contrario, si detectamos buenos comentarios sobre algún aspecto de nuestra organización, tendremos una señal de que hemos dado con un buen camino que habrá que potenciar o al menos mantener.
2. Responder: No todas las organizaciones –aunque cada vez más– tienen que dar este segundo paso (a algunas les basta con estar al tanto de lo que se dice de ellas). Pero si se da, hay que estar dispuesto a dialogar, a asumir críticas y a explicar con paciencia. No quiere decir que haya que responder siempre a todo: en casos de grandes multinacionales sería literalmente imposible. Habrá que escuchar bien para detectar dónde están las situaciones potencialmente conflictivas, los posibles líderes de opinión, etc.
3. Influir: Tras la primera fase de escucha, eminentemente pasiva, la de respuesta ya es activa, pero en gran medida reactiva. Esta tercera es ya totalmente proactiva. La organización toma la iniciativa no ya para contrarrestar mensajes sino para lanzar los suyos propios con ánimo de influir. Hay que saber utilizar los medios y herramientas que ofrece internet y aprovecharlos para mover e inclinar a nuestros públicos hacia lo que pretendemos. Cada vez son más las organizaciones que dan también este tercer paso en su estrategia online. Las posibilidades son enormes y ya es, si no la única, sí la mejor forma de llegar a determinados públicos, como el juvenil.
4. Fidelizar: Más importante que ganar un cliente es retenerlo, porque el que llega nuevo nadie sabe si será efímero, pero el que ya lleva un tiempo con nosotros, si se marcha

puede ser difícil de reemplazar. La escucha permanente y la rapidez de reacción son claves para esta cuarta fase, pero no basta con ello: hay que ofrecer siempre más de lo esperable. Esta vía suele desarrollarse fundamentalmente en medios como Facebook o Twitter, donde un cliente o simpatizante sigue nuestra marca o institución. Si alguien nos sigue es porque espera contenidos interesantes que tengan que ver con nuestra actividad, por lo que es importante aportar valor. Pedir opinión a los usuarios o invitarlos a participar en algún proyecto, para conversar con ellos es una buena táctica, y buscar pequeños premios o recompensas para los más fieles ayuda en la búsqueda de esa fidelización (p.104).

A criterio de Burgueño estas cuatro etapas escalables, es decir con rango de importancia según el interés de la organización, aunque también se afirma que algunas organizaciones pueden cubrir las cuatro, otras tres, y otras se deben quedar solo con la primera.

La importancia de la buena gestión de las redes sociales de una organización se fundamenta en el hecho de que son una de las principales herramientas para informar e interactuar con el público.

Asimismo, es también éste se convierte en un espacio abierto para que las personas conozcan y pregunten sobre el trabajo o la labor de algún colaborador.

### **Las fan page de Facebook en la Web 2.0**

A comienzos del siglo XX, los principales medios de comunicación y propaganda (periódico y radio) apuntaban a la entonces llamada masa. A mediados del mismo siglo la invención de la televisión primero en blanco y negro y luego en color consolida la formación de públicos, es decir personas agrupadas en perfiles y con intereses en común.

Entre los 70 y los 80 aparecen artefactos como el walkman, diskettes, discos compactos, reproductores de videocasetes domésticos y, luego, la computadora personal, marcando una nueva etapa donde el sujeto se focaliza como un consumidor individual.

Por último, en la década de los 90 tanto con la aparición de la World Wide Web y luego de la Web 2.0 se evidencia una nueva fase relacionada con lo que Wellman (2002) citado por Prato y Villoría (2010) denomina como “el individuo colectivo o individualismo en red” (p.15).

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Según O'Reilly, los principios constitutivos de la Web 2.0 son la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, las experiencias enriquecedoras de los usuarios entre otros.

Es así como Ribes (2007) citado por Prato y Villoría (2010) explica que Web 2.0 se refiere a:

“todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), pues bien, en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente” (p.13).

La infraestructura de las redes sociales en lo digital es un elemento complejo que evoluciona cada año, pero que lleva tres vértices claves como lo son la tecnología, la comunidad y el negocio.

Por su parte Prato y Villoría (2010) indican que “O'Reilly plantea, además, que los nuevos desarrollos de Internet (Web 2.0 particularmente) tienen su principal potencial en que facilitan la conformación de una red de colaboración entre individuos, la cual se sustenta en lo que él llama una arquitectura de la participación” (pp. 13-14).

Bajo esta tesis arquitectura de las redes se construyen alrededor de las personas y no de las tecnologías, lo que significa que cada persona crea un nuevo vínculo que vuelve más compleja la Red, y por lo tanto, se enriquece.

En ese universo digital es que aparece Facebook, la red social con mayor número de personas afiliada. En su arquitectura cuenta con más de 2 mil millones de personas en el mundo, de las cuales cada una tiene un perfil.

Dentro de la Web 2.0 Facebook es una plataforma de comunicación rápida y eficaz a la hora de comunicar, la cual incluso ha motivado a que millones de personas en el mundo decidieran usar ésta para informarse, sustituyendo a los medios de comunicación tradicionales. Y como no, si para acceder a Facebook cualquier individuo puede hacerlo fácil y rápido desde cualquier dispositivo móvil o computadora.

### **Prácticas comunicativas en Facebook**

En materia de marketing digital, Facebook no sólo es importante porque cuenta con más de 2 mil millones de usuarios activos a diario, sino que también es un espacio ideal para estar en constante contacto con la comunidad o audiencia y generar un lazo perdurable de lealtad entre ella y la organización representada en ella.

Según Definicion.MX (2017) citado por Vayas (2017), Facebook es un sitio web donde los usuarios:

“intercambian información personal y toda una serie de contenidos. A través de Facebook se crea una comunidad de amigos y conocidos de manera virtual. En la actualidad, Facebook es la red social con más usuarios del mundo. El número de usuarios que utiliza Facebook en su móvil duplica a los usuarios que lo utilizan a través del PC. Facebook se encuentra disponible en más de 70 idiomas, su valor de mercado supera los 80.000 millones de dólares y el usuario medio emplea casi una hora al día. Si Facebook fuera una nación sería la tercera con más población de todo el planeta” (p.22).

Ante tal oportunidad de alcanzar el público meta de una organización, resulta indispensable desarrollar prácticas efectivas de comunicación para fidelizar (conseguir lealtad) en Facebook, de modo que cada vez sean más las personas que decidan quedarse junto a la organización.

La base de las buenas prácticas comunicativas en Facebook pasa principalmente por satisfacer y asistir al público meta o comunidad, por lo que en inicio se buscará conocerlo bien con el fin de orientar una estrategia de contenidos. En otras palabras, para establecer una

comunicación efectiva y de calidad en Facebook, es fundamental saber a quién se le está dirigiendo el mensaje.

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque y tipos de Investigación**

El presente capítulo busca explicar las metodologías de la investigación que se usarán y los distintos instrumentos que ofrecerán un correcto desarrollo de esta investigación.

#### **Enfoque**

En una investigación, este apartado por lo general se encuentra conformado por un proceso sistemático, disciplinado y ordenado, cuyo propósito en la investigación es el de explicar los diferentes enfoques y que representan la clave y guía para determinar los resultados congruentes, claros, objetivos y significativos.

Según explica Álvarez (2015):

El enfoque de la investigación es la forma en la que el investigador se aproxima al objeto de estudio. Es la perspectiva desde la cual se aborda el tema, que variará dependiendo del tipo de resultados que se espera encontrar, al hablar de enfoques de la investigación se habla de paradigmas de la investigación científica y se dividen en cualitativa, cuantitativas y mixtos (p.42).

Al momento de realizar una investigación concerniente a la comunicación institucional digital, el uso de las herramientas de Facebook, e indagar sobre el uso incorrecto de esta plataforma en la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, queda claro que surgirán cuestionamientos antes, durante y después de la investigación, con el objetivo de conocer cuáles son las consecuencias resultantes.

Es así como al momento de iniciar la investigación, se define el tipo de enfoque más apropiado, por lo que en el caso de la presente se utilizará un enfoque cualitativo. El mismo está orientado a explicar el fenómeno de una mala comunicación institucional de la Asamblea Legislativa de Costa Rica en la red social más importante del mundo, Facebook.

Según explica Barrantes (2016) el enfoque cualitativo “Nace de la interacción social; en esta, propicia explorar las relaciones tal y como las experimenta los involucrados. La investigación con enfoque cualitativo requiere de un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan” (p.95).

Así mismo Hernández, Fernández y Baptista (2014) aseguran que “los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (p.7).

Comprender el complejo mundo de la comunicación digital en redes sociales desde la experiencia y conocimiento de personas expertas en el tema, da a la investigación un nivel de profundidad que solo puede ser explicado desde la investigación cualitativa. No se trata de números y estadísticas se trata de interactuar con participantes especialistas en el tema de la comunicación institucional en Facebook.

Hernández, Fernández y Batista (2014) lo deja claro cuando dice que la investigación cualitativa es “Aquella que persigue describir sucesos complejos en su medio o ambiente natural, comprender los pensamientos y sentimientos de los sujetos objeto de investigación, se recogen datos mediante entrevistas abiertas, dependen en gran medida del investigador (p.63).

A continuación, se presenta un esquema comparativo de las diferencias existentes entre el enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, así como ventajas e inconvenientes:

Tabla N°1: Análisis comparativo entre enfoque cualitativo y cuantitativo

<b>Enfoque cualitativo</b>	<b>Enfoque cuantitativo</b>
Proceso no definido, proceso flexible.	Plantea un problema concreto.
Se basa en la lógica, y el proceso inductivo.	Se basa en la lógica y el razonamiento deductivo.

Es naturalista.	Identifica leyes causales y universales.
No se aplican procesos estadísticos.	Identifica leyes causales y universales.
Se refiere a investigaciones acerca de la vida de las personas, historias, comportamientos sociales.	Se utiliza para describir condiciones actuales (investigaciones descriptivas y de encuestas).
Sus métodos de recolección de datos no son numéricos, se emplean métodos de recolección de datos que son no cuantitativos.	Sus métodos de recolección permiten examinar datos de manera científica o de forma numérica.
Su propósito es el de explorar las relaciones sociales y describir la realidad del ser humano.	El propósito de los métodos de esta investigación incluye experimentos y encuestas.
Orientada al proceso.	Orientada al resultado.
Realidad dinámica.	Realidad estática.

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo, (2014)

Tabla N°2: Ventajas e inconvenientes de los métodos cualitativos vs cuantitativos

<b>Métodos cualitativos</b>	<b>Métodos cuantitativos</b>
Propensión a “comunicarse con” los sujetos del estudio	Propensión a “servirse de “los sujetos del estudio
Se limita a preguntar	Se limita a responder
Comunicación más horizontal... entre el investigador y los investigados... mayor naturalidad y habilidad de estudiar los factores sociales en un escenario natural	
Son fuertes en términos de validez interna, pero son débiles en validez externa, lo que encuentran no es generalizable a la población	Son débiles en términos de validez interna -casi nunca sabemos si miden lo que quieren medir- pero son fuertes en validez externa, lo que encuentran s generalizable a la población
Preguntan a los cuantitativos: ¿Cuan particularizables son los hallazgos?	Preguntan a los cualitativos: ¿Son generalizables tus hallazgos?

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo. (2014)

## Tipos de Investigación

A continuación, se presenta un esquema explicativo de los tipos, definiciones y características de la investigación:

Tabla N° 3: Tipos de investigación

Tipos y definiciones	Características
<p><b>Descriptiva:</b> Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.</p>	<p>Describe situaciones, fenómenos y acontecimientos. Permite detallar a la población por medio de sus atributos.</p> <p>Sus fuentes de datos por lo general son entrevistas y observaciones estructuradas.</p>
<p><b>Histórica:</b> Busca reconstruir el pasado de la manera más objetiva y exacta posible, para lo cual de manera sistemática recolecta, evalúa, verifica y sintetiza evidencias que permitan obtener conclusiones válidas, a menudo derivadas de hipótesis.</p>	<p>Depende de datos observados por otros.</p> <p>Consta de fuentes primarias y secundarias.</p> <p>Está compuesta por la crítica externa y la crítica interna.</p>
<p><b>Exploratoria:</b> Es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando este aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes, su propósito sobre todo es aportar información nueva.</p>	<p>Tiene mucha flexibilidad y versatilidad en los métodos. No se emplean procedimientos formales de investigación.</p> <p>El problema puede cambiar de forma constante por lo que la creatividad del investigador es importante.</p>
<p><b>Explicativa:</b> Es aquella que tiene relación causal; no solo persigue describir o acercarse a un problema, tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos, se analizan causas y efectos de la relación entre variables.</p>	<p>Es más estructurada. La explicación es una deducción de la teoría. Trata de establecer causas. Determina efectos.</p>

**Fuente:** Sánchez Villalta, Gerardo. (2014)

### **Diseño/Método**

En cuanto al método o diseño de investigación, Hernández et al., (2014) explica que, “se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver al planteamiento del problema” (p.128). El método se selecciona con base en el problema planteado, objetivos, el tiempo, e inclusive el presupuesto destinado para la investigación.

La presente investigación es de carácter fenomenológico ya que como se explica lo que pretende es describir situaciones o fenómenos. Siendo que se va a analizar el fenómeno de la comunicación digital en la red social Facebook, aplicada a la comunicación institucional de la Asamblea Legislativa.

Para Barrantes (2016) Fenomenología debe ser definido en el ámbito de:

La filosofía y, específicamente, en la escuela creada por Husserl, alemán fundador de la fenomenología trascendental. Su función es construir la filosofía como una ciencia rigurosa, de acuerdo con el modelo de las ciencias naturales del siglo XIX, pero diferenciándose de estas por su carácter puramente contemplativo (p.215).

La comunicación digital en redes sociales, más específicamente en la comunicación que se realiza en Facebook es un fenómeno que ocurre en todo el mundo. Socialmente las personas tienen perfiles en esta red social, empresas tienen páginas corporativas de Facebook, existen grupos ciudadanos organizados en la plataforma, y más importante aún, hay organizaciones e instituciones nacionales e internacionales que cuentan hoy con un Fan Page de Facebook.

Bien apunta Burgueño (2014):

La aparición de los medios sociales ha condicionado completamente los planteamientos de la comunicación tradicional, y hoy no se puede hacer comunicación sin, como mínimo, tenerlos en cuenta. Redes sociales o profesionales, blogs, micro blogs, foto blogs, mundos virtuales, utilidades gráficas, agregadores de contenidos y cualquier soporte o plataforma

digital que permita al usuario generar contenidos y compartirlos a través de perfiles privados o públicos, son en gran medida los responsables del cambio que en los últimos años se está dando en las relaciones interpersonales, pero también en los hábitos de consumo y, en general, la relación con las instituciones, las empresas y el poder (p.102).

Como bien apunta Barrantes (2016) “La investigación cualitativa postula una concepción fenomenológica, inductiva, orientada al proceso” (p.95). Este fenómeno comunicativo se desarrolla en el marco de los objetivos básicos de un máximo poder de la República de Costa Rica, como lo es el poder legislativo o Asamblea Legislativa en concordancia con los intereses de la sociedad costarricense por ser informados.

Ante las características mencionadas se hará un análisis de los procesos de comunicación, para identificar el tratamiento de las herramientas de Facebook aplicadas en la página de la Asamblea Legislativa.

### **Población y muestra**

Lepkowski (2008b) citado por Hernández, et al., (2014) asegura que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174). Así mismo Bernal (2010) explica el término población como: “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación, por lo tanto, el universo total, el cual se realiza la investigación, la población es el todo” (p.161).

Para efectos de la investigación resulta necesario delimitar la población que va a ser estudiada, tomando una muestra perteneciente a la población. En esta investigación la población son tanto Mercadólogos expertos en redes sociales, periodistas con especialidades en comunicación digital, periodistas parlamentarios, directores de la oficina de prensa de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Hernández et al., (2014) menciona que “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población” (p.175), mientras que Álvarez (2015) acuña el término sujeto de estudio el cual es. “el o los individuos de los cuales se obtiene información fundamental sobre la investigación que se está realizando” (p.89).

Para esta investigación se entrevistará a 6 personas que representan la muestra de la población de mercadólogos expertos en redes, periodistas expertos en comunicación digital que

trabajos con organizaciones, periodistas que cubran noticias parlamentarias, directores de la oficina de prensa de la Asamblea Legislativa.

Además, se escogieron, 15 publicaciones de Facebook de la Asamblea Legislativa, para analizar el uso de la herramienta, y conocer su alcance.

Los sujetos de investigación que aportarán información para la realización de este estudio son:

Tabla N° 5: Lista de entrevistados.

Nombre	Seudónimo	Perfil profesional	Aporte a la investigación
Kevin Mora Vilchez	Mora	Licenciado Mercadeo. Bachillerato en Publicidad. Fundador de la agencia de mercadeo digital Sense Digital Agency. Profesor en la escuela CMCR de Branding digital. Director de marketing y comunicación del partido Restauración Nacional	Kevin es experto en comunicación digital, teniendo como especialidad el trabajo con redes sociales. Trabajó como diputados del partido Restauración Nacional en la Asamblea Legislativa, por lo que su aporte permitirá conocer si las herramientas de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa son funcionales para la labor que realizan los congresistas.
Shirley Sandí	Sandí	Periodista, Máster en administración de medios de comunicación. 20 años como reportera, editora de prensa trabajando para Grupo Nación, Grupo Extra y asesora de comunicación en la Asamblea Legislativa de Costa Rica trabajando con la fracción del Frente Amplio.	Su aporte ayudará a conocer mejor cuales son los recursos con que cuenta la plataforma de Facebook y como la buena utilización de estas pueden aportar beneficios a la comunicación institucional de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Andrés Martínez Calderón	Martínez	Periodista de Telenoticias canal 7. Diez años de experiencia en el campo del periodismo político, cubriendo las informaciones de Casa Presidencial y de la Asamblea Legislativa	El aporte de este periodista se basa en explicar las utilidades que tiene de seguir como periodista la página de la Asamblea Legislativa, así como recomendaciones que da para una mejor utilización de los recursos de la plataforma de Facebook para obtener un mayor alcance.
Jennifer Pazos M.	Pazos	Periodista, Comunicóloga y licenciada en administración de empresas. Experiencia profesional en prensa, radio, televisión, jefa de prensa en Casa Presidencial en la administración Alvarado Quesada, docente universitaria, experta en estrategias de marketing. Fundadora de su propia agencia de protocolo, comunicación y relaciones públicas.	Como jefa de prensa de Casa Presidencial, Pazos brinda un aporte muy importante de lo que es el manejo de redes en una organización política como es el Ministerio de la Presidencia. Sus apuntes y recomendaciones son muy valiosos.

<p>María Laura Camacho Hernández.</p>	<p>Camacho.</p>	<p>Bachiller en periodismo, Bachiller en administración de empresas.5 años de experiencia en comunicación digital y estrategia de redes, trabajando para distintas agencias de publicidad en puestos como Community Manager Senior, estrategia digital y ejecutiva de cuentas.</p>	<p>Su aporte es muy importante ya que evaluará la condición de las comunicaciones de la Asamblea Legislativa de Costa Rica a través de su Facebook y puntualizará observaciones para mejorar en la utilización de las herramientas de la plataforma.</p>
<p>Joselyn Brenes Piedra</p>	<p>Brenes</p>	<p>Master en comunicación política con experiencia en marketing digital en especial trabajando para el partido Liberación Nacional, siendo la encargada del Facebook del PLN como community manager.</p>	<p>Como master en comunicación política y experiencia en comunicación digital, es súper valioso las contribuciones que realiza la profesional, Consolidará la hipótesis del problema y brindará recomendaciones para solventar la situación.</p>
<p>Pablo Fonseca Quesada</p>	<p>Fonseca</p>	<p>Bachiller en periodismo, master en ciencias políticas, Master en diseño estratégico de tecnologías de la información, diplomado SEO, diplomado en inteligencia de Negocios. 20 años de experiencia en comunicación de masas, periodismo, análisis de contenido, optimización y análisis de consumo</p>	<p>Su aporte es vital para entender el fenómeno estudiado, la evaluación de las consecuencias y recomendaciones para resolver el problema planteado.</p>

**Nota: Elaboración propia**

## Técnicas e instrumentos de investigación

Tabla N°4: Técnicas de investigación

Técnicas e instrumentos	Propósito que cumple en la investigación
<b>Fuentes documentales</b>	Todo proyecto final de graduación (PFG) se fundamenta en un marco teórico o epistemológico, para justificar o explicar la naturaleza, alcances y limitaciones de la investigación.
<b>Normativa jurídica</b>	Brinda el marco jurídico específico que regula la actividad del tema de investigación, a nivel nacional e internacional. Incluye estudio de casos resueltos y la jurisprudencia
<b>Estudio de casos</b>	Constituyen referentes esenciales para apoyar la propuesta de investigación con situaciones ya resueltas a nivel nacional e internacional. Aportan criterios de solución a problemas comunes.
<b>Entrevistas</b>	De vital importancia para conocer y valorar la opinión de profesionales vinculados directamente con el proyecto de investigación. Es una opinión autorizada de expertos en el campo específico de la investigación.  Es un instrumento decisivo para garantizar el logro de los objetivos u hipótesis.

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo. (2014)

Para Behar (2013) las técnicas de investigación son “Un procedimiento que se encarga de operativizar e implementar métodos que tienen la facilidad de recolectar información de manera inmediata” (p.90).

En otras palabras, el uso de las técnicas en la investigación da como resultado un trabajo confiable, veraz y pertinente. Se puede afirmar que las técnicas forman parte fundamental del respaldo de la investigación.

### Procedimiento de análisis de información

Para el desarrollo de este tema, se utilizan esquemas conceptuales que permitan vincular aspectos claves para la fundamentación teórica con los objetivos específicos de la investigación.

Para el caso de fuentes documentales:

Cita textual	Análisis vinculado al O. E

Para el caso de Normativa jurídica:

Cita textual artículo	Análisis vinculado al O. E

Para el caso de Estudio de casos:

Cita textual	Análisis vinculado al O. E

Para el caso de Entrevistas

--	--	--

Pregunta	Respuesta	Análisis Vinculado al O. E

Estatus de los objetivos:

Objetivos específicos	Análisis nivel de logro

### **Fuentes epistemológicas**

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018), epistemología es la “Teoría de los fundamentos, y métodos de conocimiento científico” (párr. 1) recuperado de <https://dle.rae.es/?id=Fy2OT7b>.

La palabra epistemología viene del griego “episteme” que significa conocimiento y la palabra “logos” que significa estudio. Entonces podemos decir que La epistemología es el estudio que permite extraer conocimientos sobre diferentes conceptos relacionados.

Las fuentes epistemológicas han permitido focalizar los conocimientos esenciales, seguir la estructura y seguir una secuencia adecuada de los contenidos. En una investigación la epistemología enfrenta al investigador a la toma de decisiones sobre los contenidos, por lo tanto, ayuda a delimitar, así como relación conocimiento sobre el objeto de estudio

Las fuentes epistemológicas, ayudan al investigador a pensar y reflexionar con mucha objetividad. Por lo que los distintos puntos de vista y conceptos son fundamentales, tomando en cuenta los enfoques filosóficos para realizar el estudio.

Existen así, varias posibilidades de acceder al conocimiento:

El dogmatismo. Se deriva el pensamiento del ser, supone la supremacía del objeto respecto al sujeto, de la realidad de las ideas a la naturaleza de estas, en una confianza total en la razón humana.

El escepticismo. Es cualquier actitud de duda hacia el conocimiento, sean estos hechos, opiniones o creencias declaradas como hechos o dudas con respecto.

El subjetivismo y el relativismo. A pesar de que ambos conceptos afirman que la verdad depende de cada individuo; sin embargo, cada definición afirma que tal verdad tiene una validez limitada.

El subjetivismo, como su nombre lo indica, limita la validez de la verdad al sujeto que conoce y juzga. El relativismo afirma que no existe alguna verdad absolutamente universal.

El pragmatismo. Reduce lo verdadero a lo útil, desecha la existencia de verdades absolutas, la verdad se encuentra precisamente en aquello que tiene un valor práctico para la vida; la concepción del hombre no es primordialmente un ser especulativo y pensante, sino un ser práctico .

El criticismo. Pretende establecer los límites del conocimiento a través de las condiciones de posibilidad del pensamiento, no niega que el hombre pueda acceder al conocimiento y a la verdad, se caracteriza por optar una actitud crítica y reflexiva ante las afirmaciones de la razón humana, en donde también se trata de indagar el fundamento racional, admite una confianza fundamental, examina todas y cada una de las aseveraciones de la razón humana y nada acepta con indiferencia.

En la presente investigación se asumirá el criticismo como enfoque epistemológico para el análisis de la información que se necesite para desarrollar la investigación permitirá adquirir un pensamiento crítico y un conocimiento para que el trabajo esté bien fundamentado y se pueda justificar, me proporcionara lo necesario para tener una actitud crítica, pero ante todo reflexiva.

Según Tamayo (2013):

Los libros, revistas científicas, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas contienen información nueva y original por lo que dará como resultado un trabajo intelectual por lo tanto sube de base fundamental para su realización (p.78).

Es muy importante, obtener contenido de textos basados en hechos reales no solo que fundamenten la investigación, sino que eviten la redundancia de los datos para tener más claro hacia dónde se debe enfocar el investigador.

Por su parte Sabino (2013) explica que. “Es importante que el investigador sepa seleccionar la manera en cómo debe analizarse la información fundamentada sobre el tema” (p.23).

### **Fuentes normativa nacional e internacional. Ámbito Nacional**

Es todo lo que tiene que ver con leyes, la Constitución política, decretos del poder Ejecutivo, Asamblea Legislativa, además de las instituciones gubernamentales como Defensoría de los Habitantes, el Patronato Nacional de la Infancia, Centros educativos, Ministerio de Educación Pública, entre otros.

Las normativas jurídicas se refieren exclusivamente a la legislación nacional e internacional, emitidas por organizaciones mundiales, que para efecto de esta investigación se encarguen de velar por los principios de información y publicidad. Entre ellas se puede mencionar: Organización de las Naciones Unidas (ONU) o la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH).

### **Entrevistas**

La entrevista es una de las técnicas más importantes a la hora de la recolección y una de las más utilizadas por los investigadores en estudios de carácter cualitativo.

Hernández et al., (2014) menciona que la entrevista es más flexible, íntima y abierta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p.403).

En relación con las investigaciones cualitativas las primeras entrevistas son abiertas y se van estructurando conforme avanza el trabajo, el investigador es quien hace las preguntas, las

entrevistas muestran un principio y un final, las preguntas siguen cierto orden para adecuarlas a cada persona, el entrevistador comparte con el entrevistado.

### Variables-Unidad de análisis

Las variables en un estudio son vitales para determinar el proceso de investigación. Para Sabino (2010) una variable. “Es todo aquello que vamos a medir, controlar o estudiar, la variable puede ser muy abstracta y se puede observar en la realidad, puede estar formada por diferentes términos o valores numéricos” (p.23).

Según Barrantes (2016) las variables son “aquello que se medirá, controlará, y estudiará en una investigación” (p.188). Por otra parte, es importante seleccionar los objetivos que se van a investigar y analizarlos uno por uno mediante la unidad de análisis, así se tendrá un concepto más claro de lo que se va a ir investigando y paulatinamente encontrando durante la investigación.

Para efectos de la presente investigación las variables son:

Tabla N° 6

Objetivo	Variable o unidad de análisis	Variable conceptual
Analizar las consecuencias que podrían derivarse del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica	Consecuencias	De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018), La palabra consecuencia hace referencia a “Hecho o acontecimiento que se sigue o resulta de otro” recuperado de <a href="https://dle.rae.es/?id=AO8fvNk">https://dle.rae.es/?id=AO8fvNk</a> (párr.1), en otras palabras es algo que sucede por efecto de, o como resultado de.
Identificar los elementos que afectan el desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa.	Elementos que afectan el desempeño	De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018), La palabra elemento hace referencia a “Fundamentos, medios o recursos necesarios para algo” recuperado de

		<p><a href="https://dle.rae.es/?id=EWqThMH">https://dle.rae.es/?id=EWqThMH</a> (párr.1). En otras palabras, son principios, componentes, o fundamentos de algo.</p>
<p>Investigar el uso de las herramientas de la red social Facebook aplicada a la Asamblea Legislativa de Costa Rica</p>	<p>Uso de las Herramientas</p>	<p>De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018) la palabra herramientas significa “instrumentos”, recuperado de <a href="https://dle.rae.es/?id=KErLk81">https://dle.rae.es/?id=KErLk81</a> que a su vez según wordreference.com (2019) tiene como sinónimo las palabras “Materiales, utensilios, mecanismos”</p>
<p>Proponer un manual de contenido, que se generen de forma orgánica en la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica</p>	<p>Manual de contenido</p>	<p>De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2018), La palabra Manual hace referencia a “Libro que se compendia lo más sustancial de una materia”. Para la Comisión de Transparencia y Acceso a la Información (s.f) el manual de contenido “ayude a un mejor manejo institucional de las redes sociales, que funja como base para el proceso de publicación efectivo en las mismas. Asimismo, trabajar en la actualización y activación del material de las redes sociales, dirigido a toda persona”(párr. 4).</p>

**Nota: Realización propia**

Con la elaboración del anterior cuadro, se mostraron las unidades de análisis que se van a trabajar en este estudio; esto define si el objetivo del que proceden es cuantitativo o cualitativo y por ende cuales son los instrumentos adecuados para el análisis de la información.

### **Los instrumentos**

La Asamblea Legislativa de Costa Rica representa el primer Poder de la República de Costa Rica, también conocido como el parlamento o el congreso. A su vez, este Poder tiene carácter de organización o una institución ya que tiene a su cargo no sólo el deber de realizar leyes para el país, sino que también se ve obligada en informar a la ciudadanía sobre el acontecer de cada uno de los diputados y los proyectos de ley.

Por ley, la Asamblea Legislativa se ve obligada a rendir cuentas a toda la ciudadanía, en otras palabras, cada uno de los costarricenses debe tener acceso libre a la información que en este poder de la República se genere.

Debido al avance tecnológico en temas de comunicación, resulta determinante la participación de las redes sociales como medios de comunicación que ayuden a difundir de forma rápida y ágil todo el acontecer.

La comunicación digital en redes sociales, específicamente en Facebook, es la vía por las que la sociedad costarricense y la prensa nacional no solo se entera del acontecer legislativo, sino que sacándole provecho los mismos ciudadanos pueden acudir a consultar sobre proyectos de ley, dudas, sugerencias, haciendo de este un medio de comunicación con participación ciudadana.

El objetivo general de la presente investigación es analizar las consecuencias que podrían derivarse del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica y para conocer las consecuencias, se requerirá de instrumentos que darán la guía para cumplir los objetivos de la investigación.

Los objetivos de la investigación ayudarán a identificar cuáles son los instrumentos que se deberá utilizar.

Los objetivos específicos son:

En primer lugar, se propone identificar los elementos que afectan el desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa. En otras palabras, se pretende encontrar los factores que alteran la buena labor comunicativa de la Asamblea Legislativa, por medio de su página de Facebook.

Como segundo objetivo se pretende investigar el uso de las herramientas de la red social Facebook aplicada a la Asamblea Legislativa de Costa Rica. Facebook como plataforma digital cuenta con distintas herramientas o aplicaciones dentro de sí misma para el manejo de la comunicación, por lo que se pretende averiguar cuál es el uso que se le da.

Estos objetivos invitan a que en la investigación deba utilizarse el instrumento de análisis de contenido, para conocer a profundidad como están estructuradas las publicaciones que se realizan en Facebook, también va a servir para identificar los enlaces internos y externos, fotografías, infografías, interacción con la comunidad, alcance, redacción, creatividad, encuestas, entrevistas, o participaciones en vivo (Facebook Live) en el primer trimestre del año 2019.

López (2002) explica el análisis de contenido como “Una forma particular de análisis de documentos. Con esta técnica no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse (p.173).

El tercer objetivo busca conocer la percepción de expertos en comunicación digital y periodistas especializados en comunicación institucional y redes sociales, sobre las publicaciones que la Asamblea Legislativa de Costa Rica realiza en su página oficial de Facebook, además de analizar el uso correcto o incorrecto de las herramientas de dicha plataforma de comunicación.

Barrantes (2016) afirma que la entrevista “Es una conversación, generalmente oral, entre dos personas, de los cuales uno es el entrevistador y el otro el entrevistado. El papel de ambos puede cambiar según sea el tipo de entrevista” (p.276).

La entrevista a profundidad con expertos se pretende analizar las publicaciones que realiza la Asamblea Legislativa de Costa Rica en su cuenta oficial de Facebook. Al experto se le cuestionará sobre el uso correcto e incorrecto de las herramientas Facebook, y como estas son aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

La entrevista de profundidad evaluará la labor de los periodistas encargados de la generación de contenido que se realiza en la página oficial de la Asamblea Legislativa en Facebook, a su vez que se evidenciarán las consecuencias de dicho uso correcto o incorrecto.

## **Proceso de recolección de datos**

Posterior a la escogencia de los instrumentos que se van a usar en la investigación, se continúa con el proceso de recolección de datos.

Hernández, Fernández y Baptista Hernández et al., (2014) explican que “la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos, o variables de las unidades de muestreo/análisis o casos (participantes, grupos, fenómenos, procesos, organizaciones, etcétera)” (p.198).

Para este trabajo de tesis se realizarán entrevistas de profundidad, por lo que se pretende conocer la opinión de expertos en comunicación institucional y digital, concerniente a las consecuencias del uso incorrecto de la plataforma de Facebook, aplicada en la página de la Asamblea Legislativa, en el primer trimestre del 2019.

En el caso de la entrevista, esta se llevará a cabo con relación al tiempo que se acuerde con los entrevistados. De igual forma, la entrevista con los especialistas se va a ajustar al lugar que más le convenga de reunión. Consiste en una entrevista a profundidad relacionada al tema de la comunicación institucional en redes sociales, específicamente en Facebook, para que mediante un diálogo se conozca al experto en comunicación, se consulte de tratamiento, del contenido y los procesos de utilización de las herramientas de dicha red social, dando como énfasis a las consecuencias del uso incorrecto.

Con las entrevistas listas se medirá la percepción de los expertos en comunicación, se averiguará si hay disconformidad con el contenido y los procesos de la página, o si por el contrario se sienten satisfechos con la cobertura y la importancia que le da el departamento de prensa de la Asamblea Legislativa de Costa Rica a la comunicación institucional externa digital.

Con la entrevista, se pretende medir el grado de satisfacción y la importancia que le da la Asamblea Legislativa a la comunicación institucional por medio de Facebook.

Con el análisis de las publicaciones se pretende investigar el contenido y los procesos escogidos para publicaciones y el uso de las herramientas de Facebook que la oficina de prensa de la Asamblea Legislativa de Costa Rica decide utilizar para cumplir con los objetivos de comunicación de la organización durante el primer trimestre del 2019.

El análisis de contenido permite ordenar y clasificar la información para luego medir las calidades del contenido y del proceso antes de las publicaciones del material atinente a la Asamblea Legislativa.

Se acudirá a fuentes institucionales (Asamblea Legislativa de Costa Rica) para solicitar la información de los procesos que se utilizan a la hora publicar material en Facebook y datos del alcance de las publicaciones.

### **Referente institucional**

La Asamblea Legislativa de Costa Rica como institución se encuentra ubicada en Cuesta de Moras, a un costado del Museo Nacional en el centro de San José. El congreso de la República de Costa Rica es también conocido como el poder legislativo y como institución cuenta con 900 funcionarios de planta.

La Asamblea Legislativa es presidida por 57 diputados, los cuales son electos de forma popular, en relación con la cantidad de habitantes que hay en cada provincia del país. En promedio cada legislador cuenta con 6 asesores de confianza, los cuales son empleados pagados por el estado costarricense, pero no tienen plaza fija dentro de la institución.

La Asamblea Legislativa cuenta con una oficina de prensa y protocolo la cual se encarga no solo de la comunicación interna y externa de la institución, sino que también organiza las visitas guiadas para estudiantes de escuelas, colegios y universidades, actualmente cuenta con 15 funcionarios de planta.

La oficina de prensa de la Asamblea Legislativa cuenta con funcionarios y funcionarias expertas en periodismo, relaciones públicas, fotografía, diseño gráfico, camarógrafos, operadores de radio y televisión.

El departamento de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa tiene la labor de informar todo el acontecer legislativo, tanto a lo interno como a lo externo. Para dicha labor el departamento de prensa y protocolo cuenta con distintas plataformas de comunicación: Un canal de televisión en cable, canal 98 en la Cablera Tigo, un sitio web [www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr), presencia en 3 redes sociales, Twitter, YouTube y Facebook.

Tanto en YouTube, como en canal 98 de Tigo, se transmiten en vivo las sesiones de plenario legislativo, como las comisiones legislativas. La Asamblea Legislativa de Costa Rica tiene como deber un principio constitucional llamado principio de publicidad, el cual lo obliga a informar a toda sociedad costarricense sobre todos los acuerdos de ley.

### Método de análisis

Para recolectar la información atinente a la página de Facebook de la Asamblea Legislativa, se necesita clasificar de manera digital las publicaciones que proporcione este canal de comunicación. La recolección de información y su debida clasificación se realizará de forma digital debido a que Facebook es un medio digital que se encuentra en la web.

Por otra parte, las entrevistas se van a analizar de acuerdo con los objetivos trazados en la investigación, se realizará un cuestionario de preguntas que confirmen y den respuesta a los interrogantes que nacen en los objetivos.

### Presupuesto

Tabla N° 7

<b>PRESUPUESTO PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>					
<b>Partida</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad de unidades</b>	<b>Total</b>	<b>Primer año</b>	<b>Segundo año</b>
<b><i>A. Personal</i></b>					
Investigador 1					
Investigador 2					
Filólogo	90.000	1	90.000		
Abogado					
<b><i>B. Equipamiento</i></b>					
Cámara fotográfica					
Impresora multifuncional					
<b><i>C. Costos operativos</i></b>					
Alquiler de carteles					
Viáticos	20.000	3	20.000		





## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se realizará una consideración los resultados obtenidos en esta investigación, luego de poner en práctica los instrumentos planteados en el Marco Metodológico. Al ser una investigación cualitativa, se contará con una variedad de instrumentos que permitirán responder a los objetivos planteados.

Los instrumentos escogidos para recopilar la información fueron el análisis de contenido y la entrevista a profundidad. Dichas entrevistas se realizaron a profesionales en comunicación digital, periodistas, community manager, publicistas y profesionales en marketin digital.

### **Método cualitativo**

Al ser esta una investigación que busca obtener una percepción de los profesionales en comunicación digital, se considera que el método cualitativo es el más apropiado para analizar los datos obtenidos en la recolección de información.

Tal como lo explica Hernández, Fernández y Baptista (2014):

Para el enfoque cualitativo, al igual que para el cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno (p.391).

La recolección de los datos se obtiene en las entrevistas a profundidad y con la observación y análisis de las publicaciones realizadas en el Facebook de la Asamblea Legislativa. La información que se obtenga al aplicar los instrumentos resultará de gran valor para construir la investigación.

### **Técnica de análisis de contenido**

Esta herramienta permite al investigador realizar un proceso de observación en el recopila datos relevantes que demuestran o desmienten el fenómeno que se quiere investigar. Según lo explica Galhardi y Ortega (2013):

La metodología orientada a los estudios de los fenómenos reales y de finalidad predictiva, el análisis de contenido posee características fundamentalmente empíricas y exploratorias, es aplicable a todas las formas de comunicación y sectores de las ciencias humanas a través de su código lingüístico (p.222).

Con base en lo anterior y para realizar el análisis del fenómeno, se requerirá del análisis de 15 publicaciones de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa escogidas durante el mes de junio del 2019, de esta forma se permitirá verificar y examinar la información estudiada con mayor profundidad.

Hernández et al., (2014) justifica el uso de esta técnica asegurando que:

En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes:10 a) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras), b) auditivas (grabaciones), c) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y d) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de enfoque), además de las narraciones del investigador (anotaciones o grabaciones en la bitácora de campo, ya sea una libreta o un dispositivo electrónico) (p.418).

Con el propósito de la investigación se analizarán las publicaciones realizadas por los encargados de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa. No se analizarán los detalles del contenido (noticias, textos o videos) de las publicaciones, pues este no es parte de los objetivos del estudio, sino que se evaluará el manejo de las herramientas, estimando así el uso correcto o incorrecto de las mismas.

La observación y las entrevistas de profundidad le permitirán que el ejercicio del investigador sea profundo y verás.

### **Entrevista a profundidad**

Las redes sociales a diferencia de otros medios de comunicación permiten que los profesionales en comunicación se preparen no solo para redactar la típica nota periodística que usualmente se ven en los medios de comunicación tradicionales.

Los comunicadores digitales deben que tener habilidades tanto para redactar y tener habilidades de diseño, publicidad y mercadeo para vender una noticia. Además, es importante que tenga conocimiento basto de las herramientas de Facebook, herramientas que serán utilizadas publicar contenido, noticias y tener la interacción con la comunidad.

En el caso de Facebook, esta red social cuenta con herramientas que facilitan el manejo del contenido y la participación de la comunidad, de ahí que resulta valioso realizar entrevistas de profundidad con profesionales en comunicación digital que exterioricen su posición sobre el tema, además de que recomienden las mejores técnicas para que sacar el mejor provecho del medio de comunicación.

Por lo tanto, es muy adecuado realizar una entrevista a profundidad para conocer la percepción que tienen los profesionales en comunicación digital y así lo explica Hernández, et al., (2014) “La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa” (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010, p.403).

La entrevista es un diálogo donde se intercambian ideas y conocimiento, con un tiempo estimado de 30 minutos a una hora, se puede conocer a profundidad al entrevistado, dependiendo del tema que se va a tratar, es en este caso, en particular que se utilizará la entrevista a profundidad con el fin conocer la opinión sobre el uso de las herramientas de Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa.

Hernández et al., (2014) explica que la entrevista “Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p.403).

## **Diseño fenomenológico**

La comunicación digital es un fenómeno que inició a estudiarse desde la creación de creación propia del internet en los años noventa. Los grupos sociales encontraron en la World Wide Web (internet) una oportunidad de interactuar y comunicarse siendo incluso que desde 1971 ya los seres humanos enviaban emails como parte del deseo de comunicarse digitalmente.

Este fenómeno tuvo un despegue aún más fuerte cuando las redes sociales tuvieron su aparición en el año 1997 con el sitio web Six Degrees y un crecimiento aun mayor cuando apareció Facebook en el 2004, red social que alcanzó a convertirse en la más importante e influyente red social en el mundo.

Investigar las consecuencias del uso de las herramientas de Facebook aplicados a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, se vuelve de suma importancia para explicar el fenómeno.

Este un fenómeno es un elemento que toma relevancia cada día más, por lo tanto para investigar las consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de Facebook en la cuenta de la Asamblea Legislativa, se escogió el diseño fenomenológico porque permite que el investigador utilice la herramienta de la observación y el análisis de la situación que lo rodea, así lo describe Trejo (2012) “dado que lejos de ser una secuencia de pasos, es un nuevo paradigma que observa y explica la ciencia para conocerla exactamente y, de esta forma, encontrar la verdad de los fenómenos” (p.98).

Hay que resaltar, que este diseño de investigación se considera más oportuno dado que es de índole social, y le permite al investigador interesarse por un fenómeno en lugar de otro, por un contexto en vez de otro.

## **Análisis de contenido**

En relación a la presente investigación es importante aclarar que el análisis de contenido, no hace referencia al fondo de las publicaciones que se realizan por parte de la Asamblea Legislativa de Costa Rica en su Facebook, sino que las respectivas observaciones responden a la forma en que se realizan las publicaciones; poniendo por encima valores como: frecuencia o periodicidad, utilidad del contenido, diseño, creatividad de los posteos y el uso de las herramientas de la plataforma de Facebook.

Para comprender los puntos específicos que se van a estudiar se presentarán tres unidades de análisis que se trabajaron con la técnica de análisis de contenido por medio de la observación y la técnica de entrevistas de profundidad.

A continuación, para un mejor contexto en esta investigación, se presenta otra tabla en la cual se detallan la unidad de análisis/variable de la investigación, así como las categorías que se abordarán en las misma.

Tabla N° 9 variables y categoría

Variable o unidad de análisis	Categoría
Consecuencias	La respuesta de algo que sucede por efecto de, o como resultado de.
Elementos que afectan el desempeño	En otras palabras, son principios, componentes, o fundamentos del por qué sucede de algo.
Uso de las Herramientas	Instrumentos que se le da utilidad para algo

Nota: Elaboración Propia

La Asamblea Legislativa de Costa Rica cuenta con distintos medios de comunicación para informar el acontecer legislativo y la promulgación de leyes, incluyendo el canal de Tv Legislativo el cual transmite las sesiones de plenario, las comisiones legislativas y el programa de noticias Acontecer Legislativo.

Federico Villegas periodista encargado de redes sociales de la Asamblea Legislativa de Costa Rica explica que el congreso cuenta con perfiles de redes sociales como YouTube con un total de 10.503 suscriptores y Twitter con 59.428 seguidores, siendo esta última la que tiene no solo mayor cantidad de suscriptores sino también mayor interacción.

A criterio del investigador, el fenómeno de la comunicación en la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe estudiarse con seriedad. El material de investigación permitiría que se realice una investigación independiente, por cada uno de los medios de comunicación, tanto digitales, como tradicionales. Es por eso que el investigador optó por estudiar el Facebook de la Asamblea

Legislativa de Costa Rica, precisamente por ser la red social con mayor cantidad de usuarios en el mundo y con una mayor cantidad de herramientas para generar contenido y vínculos con la comunidad.

La página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica es una red social que al momento de la investigación cuenta con 40.763 seguidores. La portada inicial cuenta con una foto de los integrantes del actual directorio legislativo de buena calidad y en la parte inferior dispone la información básica de contacto; lo que es su sitio web ([www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)) y el número de teléfono de la central telefónica.

Al ingresar a la viñeta de información, se despliega una pequeña reseña que recuerda que este perfil de Facebook pertenece al primer poder de la República, el cual tiene como fin promulgar, dictar, reformar, deroga e interpreta leyes. Esta información, aunque es básica explica de forma clara y directamente las funciones del parlamento.

El diseño de la foto de perfil es sencillo, utiliza el logo de la Asamblea Legislativa de color azul, el escudo de Costa Rica con contorno azul y la bandera de Costa Rica. Un diseño formal, acorde a una institución de gobierno.

Hay que mencionar que a la Asamblea Legislativa de Costa Rica, le importa la comunicación institucional. No solo se trata del deber de informar el acontecer legislativo a la población costarricense, sino de la utilización de la red social Facebook como medio de comunicación responde no solo al avance de las tecnologías de la comunicación, sino a la exigencia de la comunidad que busca comunicarse rápidamente.

Figura N° 1 Perfil de entrada del Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica



**Asamblea Legislativa,  
República de Costa Rica**  
Organización gubernamental

Mensaje

Te gusta

A Jacqui, Adri, Mario y 40.763 personas más les gusta esto

Inicio Información Publicaciones Opiniones Fotos

Información [Sugerir cambios](#)

<http://www.asamblea.go.cr/>

Enviar mensaje


2243 2931


Nota: Elaboración Propia

Fuente: Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Figura N° 2 Perfil de entrada del Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.  
Información general

< Our Story | Facebook



 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica

## Our Story

19 DE DICIEMBRE DE 2017

El Poder Legislativo promulga, dicta, reforma,  
deroga e interpreta las leyes que regulan la vida  
nacional

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica

Figura N° 4 Perfil de entrada del Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.  
Información de contacto



Nota: Elaboración Propia

Fuente: Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Para realizar analizar el fenómeno que ocurre con el uso de las herramientas de Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa, es importante realizar el ejercicio de observación de las publicaciones realizadas en esta cuenta.

Es por eso que a continuación se expondrán 15 publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa, seleccionadas en orden consecutivo de la del 1 de Julio de 2019 al 4 de julio del 2019. Esto facilitará el proceso de análisis que se realizará posterior a la observación, basándose en las unidades de análisis escogidas en el marco metodológico.

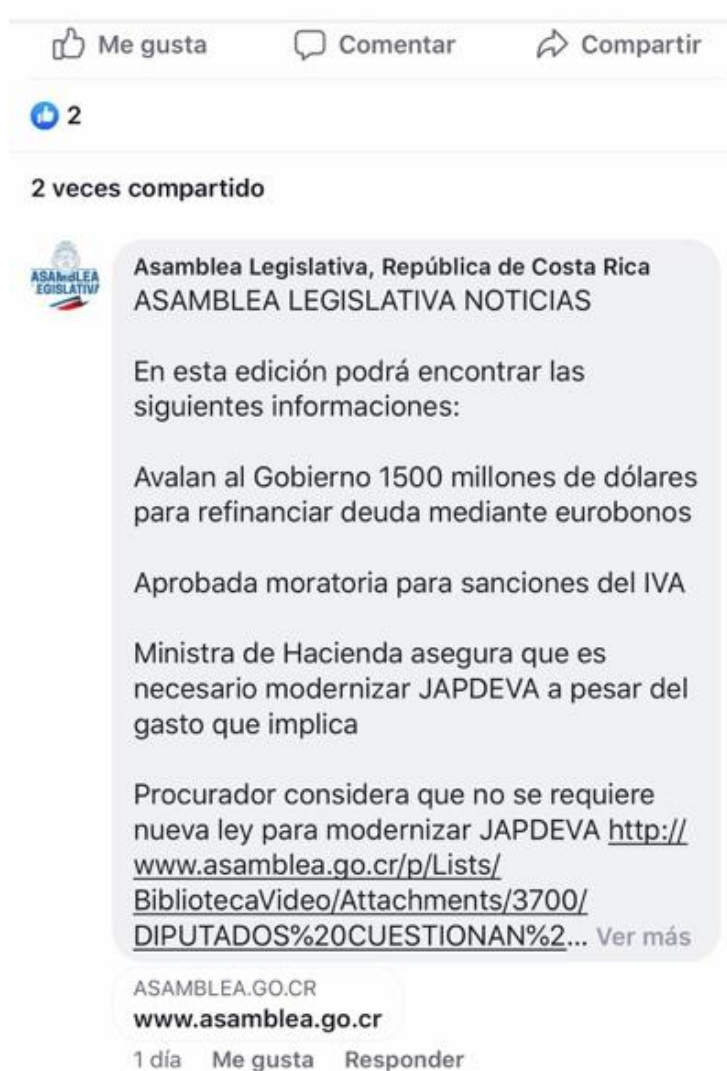
Para mejor entendimiento las imágenes vienen divididas por posteo, cantidad de “Me Gusta” y comentarios en caso de que contenga dicha publicación.

Figura N° 4 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



Nota: Elaboración propia.


Figura N° 5 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de figura 4



Me gusta Comentar Compartir

2

2 veces compartido

 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
ASAMBLEA LEGISLATIVA NOTICIAS

En esta edición podrá encontrar las siguientes informaciones:

Avalan al Gobierno 1500 millones de dólares para refinanciar deuda mediante eurobonos

Aprobada moratoria para sanciones del IVA

Ministra de Hacienda asegura que es necesario modernizar JAPDEVA a pesar del gasto que implica

Procurador considera que no se requiere nueva ley para modernizar JAPDEVA <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3700/DIPUTADOS%20CUESTIONAN%20...> Ver más

ASAMBLEA.GO.CR  
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 6 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



  **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** 

Ayer a las 9:29 a. m. 

**PROGRAMA ACONTECER LEGISLATIVO**

En esta edición escuchará informaciones como: - AVALAN \$1500 MILLONES AL GOBIERNO EN EURO BONOS, - MINISTRA DE HACIENDA DEFIENDE RECURSOS PARA MODERNIZAR JAPDEVA, - APRUEBAN MORATORIA DE 3 MESES PARA APLICAR SANCIONES DEL IVA, - DECLARAN TOPE DE LIBERIA COMO PATRIMONIO CULTURAL, - MODIFICAN FECHA LÍMITE PARA PAGO DE AGUINALDO POR PENSIÓN ALIMENTARIA.

<http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaAV/Attachments/935/Programa%20Acontecer%20Legislativo%20No.%20414.MP3>

   
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

 Me gusta    Comentar    Compartir

 1

**2 veces compartido**

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 7 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 8 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de figura 7



1 vez compartido



**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
**DIPUTADOS CUESTIONAN PARTICIPACION DEL EX MINISTRO ALFARO EN DECISIONES DEL BCR**

Los integrantes de la Comisión que analiza un informe de la Procuraduría cuestionaron las acciones de Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia en la aprobación del crédito del cemento chino y su injerencia en las decisiones en el Banco de Costa Rica. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3700/DIPUTADOS%20CUESTIONAN%20PARTICIPACION%20DEL%20EX%20MINISTRO%20ALFARO%20EN%20DECISIONES%20DEL%20BCR.mp4>

ASAMBLEA.GO.CR

[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

1 día Me gusta Responder



**Luis Antonio Ugalde Montero**  
Culpable...la paredón...

22 h Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 9 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** jueves a las 6:15 p. m. • 🌐

**AUTORIZAN A LAS MUNICIPALIDADES A FORMAR SOCIEDADES PÚBLICAS DE ECONOMÍA MIXTA**

Los diputados aprobaron el proyecto 20960 que autoriza a las municipalidades a formar empresas de economía mixta.

**Autorizan a las municipalidades a formar sociedades públicas de economía mixta**

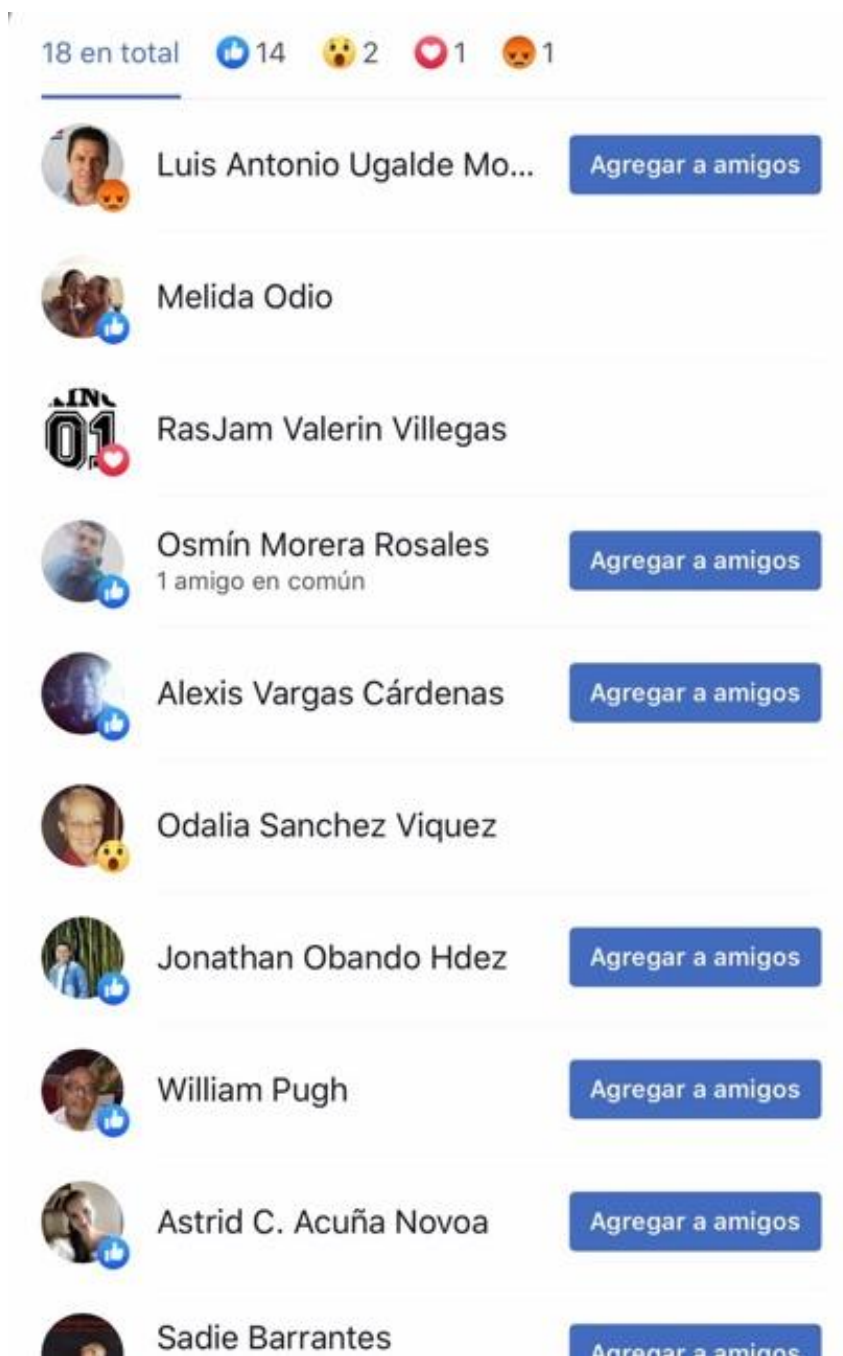
YOUTUBE.COM

**AUTORIZAN A LAS MUNICIPALIDADES A FORMAR SOCIEDADES PÚBLICAS DE ECONOMÍA MIXTA**

👍👉👍 18      2 comentarios    7 veces compartido

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 10 Publicación de “Me Gusta” y reacciones de la figura 9



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 11 Publicación de comentarios de la figura 9.

 Me gusta
  Comentar
  Compartir



 18

7 veces compartido



**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
**AUTORIZAN A LAS MUNICIPALIDADES A**  
**FORMAR SOCIEDADES PÚBLICAS DE**  
**ECONOMÍA MIXTA**

Los diputados aprobaron el proyecto 20960 que autoriza a las municipalidades a formar empresas de economía mixta. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3699/AUTORIZAN%20A%20LAS%20MUNICIPALIDADES%20A%20FORMAR%20SOCIEDADES%20PU%CC%81BLICAS%20DE%20ECONOMI%CC%81A%20MIXTA.mp4>

ASAMBLEA.GO.CR  
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

1 día Me gusta Responder



**Luis Antonio Ugalde Montero**  
 Para más chorizo....

22 h Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 12 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa





**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**
...

Ayer a las 9:29 a. m. • 🌐

---

 Me gusta
  Comentar
  Compartir

---

 1

---

**2 veces compartido**


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
**PROGRAMA ACONTECER LEGISLATIVO**

En esta edición escuchará informaciones como: - AVALAN \$1500 MILLONES AL GOBIERNO EN EUROBONOS, -MINISTRA DE HACIENDA DEFIENDE RECURSOS PARA MODERNIZAR JAPDEVA, -APRUEBAN MORATORIA DE 3 MESES PARA APLICAR SANCIONES DEL IVA, -DECLARAN TOPE DE LIBERIA COMO PATRIMONIO CULTURAL, -MODIFICAN FECHA LÍMITE PARA PAGO DE AGUINALDO POR PENSIÓN ALIMENTARIA.

<http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaAV/Attachments/935/Programa%20acontecer%20Legislativo%20No.%20414.MP3>

ASAMBLEA.GO.CR  
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 13 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

 **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** ...  
jueves a las 5:45 p. m. · 🌐

Estamos **#EnVivo** con la Comisión que analiza el informe de la **#Procuraduría** respecto al caso del **#cementochino**.  
Audiencia Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia.  
**#AsambleaLegislativaCR**  
<https://www.youtube.com/watch?v=PwcbTtzdEU0>



 Información sobre este sitio web

YOUTUBE.COM

**Comisión que analiza el informe de la Procuraduría en el caso del cemento chino, jueves 4 de julio**

  3

1 comentario 

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 14 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de figura 13


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**
⋮

jueves a las 5:45 p. m. · 🌐



YOUTUBE.COM

**Comisión que analiza el informe de la Procuraduría en el caso del cemento chino, jueves 4 de julio**

 Me gusta    
  Comentar    
  Compartir


 3


**Ángel Gerardo Mchavest**  
 La deuda interna paso de Dic-2018 a May-2019 de 14,813,813 millones de colones a 16,038,175. Crece en promedio 241,272 millones por mes. Es decir más o menos \$402 millones x mes. Que está haciendo el Gobierno para parar este desastre???? DIPUTADOS QUE OPINAN DE ESTO??

9 h Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 15 Publicación de “Me Gusta” y reacciones de la figura 13.



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 16 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

 **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** ...  
jueves a las 5:08 p. m. · 🌐

**DIRECTOR DE AVIACION CIVIL JUSTIFICA BAJA EN LA CALIFICACION DE SEGURIDAD AEREA DEL PAIS**

El director General de Aviación Civil, Guillermo Hoppe Pacheco aseguró que la baja en la calificación que tuvo Costa Rica en la seguridad aérea se estaría solventando entre septiembre y octubre de este año.



YOUTUBE.COM  
**DIRECTOR DE AVIACION CIVIL JUSTIFICA BAJA EN LA CALIFICACION DE SEGURIDAD AEREA DEL PAIS**

👍👎 8      1 comentario 🌐

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 17 Publicación de “Me Gusta” y reacciones de la figura 16.

8 en total 🍌 5 👍 3

---

 Henry Rodriguez Ramirez  
2 amigos en común [Agregar a amigos](#)

 Mărciă Măř [Agregar a amigos](#)

---

 Odalia Sanchez Viquez

 Magda Sanchez Lepiz

 Oscar E. Jimenez Rojas [Agregar a amigos](#)

 Cecilia Gutrod [Agregar a amigos](#)

 Eugenio Barrientos Nac...  
2 amigos en común [Agregar a amigos](#)

 Herman Cordero Angulo [Agregar a amigos](#)

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 18 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de figura 16


 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
 jueves a las 5:08 p. m.

**DIRECTOR DE AVIACION CIVIL JUSTIFICA BAJA EN LA CALIFICACION DE SEGURIDAD AEREA DEL PAIS**

 Me gusta   
  Comentar   
  Compartir

 8


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
**DIRECTOR DE AVIACION CIVIL JUSTIFICA BAJA EN LA CALIFICACION DE SEGURIDAD AEREA DEL PAIS**

El director General de Aviación Civil, Guillermo Hoppe Pacheco aseguró que la baja en la calificación que tuvo Costa Rica en la seguridad aérea se estaría solventando entre septiembre y octubre de este año. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3698/DIRECTOR%20DE%20AVIACION%20CIVIL%20JUSTIFICA%20BAJA%20EN%20LA%20CALIFICACION%20DE%20SEGURIDAD%20AEREA%20DEL%20PAIS.mp4>

ASAMBLEA.GO.CR  
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 19 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

 **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** ...  
jueves a las 4:10 p. m. · 🌐

**SUPEN DESCARTA IRREGULARIDADES EN INVERSIÓN QUE DEJÓ SUPUESTAS PÉRDIDAS POR 850 MILLONES DE COLONES A LA CCSS**




Los diputados de la Comisión de Control de Ingreso y Gasto Público pidieron explicaciones a Álvaro Ramos, Superintendente General de Pensiones por la supuesta pérdida de 850 millones de colones en la colocación de inversión por 28 millones de dólares que hizo la gerencia de la Caja Costarricense de Seguro Social.




YOUTUBE.COM  
**SUPEN DESCARTA IRREGULARIDADES EN INVERSIÓN QUE DEJÓ SUPUESTAS PÉRDIDAS POR 850 MILLONES...**

**Nota: Elaboración propia.**


Figura N° 20 Publicación de “Me Gusta” y reacciones de la figura 19.

11 en total  5  4  2


---

 Grace RVega [Agregar a amigos](#)


---

 Ana Rosa Vargas [Agregar a amigos](#)


---

 Héctor Alonso Brenes C... [Agregar a amigos](#)


---

 Odalía Sánchez Viquez


---

 Daniel MC Adam [Agregar a amigos](#)


---

 Daniel Rodríguez [Agregar a amigos](#)


---

 Yaki Murillo  
1 amigo en común [Agregar a amigos](#)


---

 Magda Sánchez Lepiz

---

 Roy Jiménez Oreamuno  
4 amigos en común [Agregar a amigos](#)

---

 Olga Salazar [Agregar a amigos](#)

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 21 Publicación de “Compartidos” y comentarios de la figura 19.

3 veces compartido



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
 SUPEN DESCARTA IRREGULARIDADES EN  
 INVERSIÓN QUE DEJÓ SUPUESTAS  
 PÉRDIDAS POR 850 MILLONES DE  
 COLONES A LA CCSS

Los diputados de la Comisión de Control de Ingreso y Gasto Público pidieron explicaciones a Álvaro Ramos, Superintendente General de Pensiones por la supuesta pérdida de 850 millones de colones en la colocación de inversión por 28 millones de dólares que hizo la gerencia de la Caja Costarricense de Seguro Social.

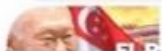
<http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3697/SUPEN%20DESCARTA%20IRREGULARIDADES%20EN%20INVERSIÓN%20QUE%20DEJÓ%20SUPUESTAS%20PÉRDIDAS%20POR%20850...> Ver más

1 día Me gusta Responder



Jacob Jimenez

<https://www.youtube.com/watch?v=Cs7YMT1zJ0U>



Qué aprender de SINGAPUR : El

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 22 Publicación de comentarios de la figura 19.

## COLONES A LA CCSS

Los diputados de la Comisión de Control de Ingreso y Gasto Público pidieron explicaciones a Álvaro Ramos, Superintendente General de Pensiones por la supuesta pérdida de 850 millones de colones en la colocación de inversión por 28 millones de dólares que hizo la gerencia de la Caja Costarricense de Seguro Social.

<http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3697/SUPEN%20DESCARTA%20IRREGULARIDADES%20EN%20INVERSIO%CC%81N%20QUE%20DEJO%CC%81%20SUPUESTAS%20PE%CC%81RDIDAS%20POR%20850...> Ver más

1 día Me gusta Responder



Jacob Jimenez

<https://www.youtube.com/watch?v=Cs7YMT1zJ0U>



Qué aprender de... SINGAPUR ¿EL PAÍS que ACABÓ con LA CORRUPCIÓN...

youtube.com

1 día Me gusta Responder



1

Está seleccionada la opción "Más relevantes", por lo que es posible que algunos comentarios se hayan filtrado.

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 23 Publicaciones, "Me Gusta" y comentarios del Facebook de la Asamblea Legislativa


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**
...  
 jueves a las 2:50 p. m. · 🌐

Siga toda la información del **#PlenarioLegislativo** en nuestro enlace adjunto.  
**#AsambleaLegislativaCR**  
<https://www.youtube.com/watch?v=Uysw8pX2XoU>

---

 Me gusta    
  Comentar    
  Compartir

---

 1


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 Plenario vota en trámite de Segundo Debate, el Exp. 21.485, moratoria para la aplicación de sanciones relacionadas con el cobro del IVA.  
 1 día Me gusta Responder


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 Plenario vota en trámite de Segundo Debate, el Exp. 21.120, Regulación de la actividad comercial de las casas de compra venta de y de empeño.  
 1 día Me gusta Responder


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 Plenario vota en trámite de Primer Debate, el Exp. 20.960, Reforma Integral De La Ley N.º 8828, Ley Reguladora De La Actividad

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 24 Publicación de comentarios de figura 23



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
Plenario vota en trámite de Segundo Debate, el Exp. 21.120, Regulación de la actividad comercial de las casas de compra venta de y de empeño.

1 día Me gusta Responder



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
Plenario vota en trámite de Primer Debate, el Exp. 20.960, Reforma Integral De La Ley N.º 8828, Ley Reguladora De La Actividad De Las Sociedades Públicas De Economía Mixta.

1 día Me gusta Responder



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
Plenario vota en trámite de Primer Debate, el Exp. 21.286 Derogatoria Del Artículo 9 De La Ley N.º 7152, "Ley Orgánica Del Ministerio Del Ambiente, Energía", De 5 De Junio De 1990, E Impedimento Del Consejo De Gobierno Para Nombrar Ministros O Viceministros En La Junta Directiva De La Refinadora Costarricense De Petróleo (RECOPE S.A.)

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N.º 25 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

  **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** 

jueves a las 1:12 p. m. · 

Ya estamos **#EnVivo** con la información de la Comisión **#ControlDelIngreso y #GastoPúblico**  
Audiencias: Álvaro Ramos Chaves, Superintendente General de Pensiones y Comité de Inversiones, Gerencia de Pensiones Caja Costarricense de Seguro Social.  
Tema: expediente N° 21306. Investigar la pérdida de más de 850 millones de colones debido a un repentino cambio de criterio en la colocación 28 millones de dólares en mayo del 2018 del régimen de invalidez, vejez y muerte.  
**#AsambleaLegislativaCR**  
<https://www.youtube.com/watch?v=8HGVuiQWSRY>



YOUTUBE.COM 

**Comisión de Control de Ingreso y Gasto Publico, jueves 4 de julio**

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 26 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de la figura 25



YOUTUBE.COM  
Comisión de Control de Ingreso y Gasto Publico, jueves 4 de julio

Me gusta Comentar Compartir

2

1 vez compartido

Jacob Jimenez  
<https://www.youtube.com/watch?v=Cs7YMT1zJ0U>

EL PAÍS que ACABÓ con LA CORRUPCIÓN  
youtube.com

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 27 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 28 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de la figura 27



YOUTUBE.COM

**DIPUTADAS BUSCAN SOLUCIÓN PARA QUE DINERO LLEGUE A OLIMPIADAS ESPECIALES**

Me gusta Comentar Compartir

2

 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
**DIPUTADAS BUSCAN SOLUCIÓN PARA QUE DINERO LLEGUE A OLIMPIADAS ESPECIALES**

La Fundación de Olimpiadas Especiales no recibe recursos en los últimos años tras una denuncia del ICODER por supuestos malos manejos administrativos. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3696/DIPUTADAS%20BUSCAN%20SOLUCIO%CC%81N%20PARA%20QUE%20DINERO%20LLEGUE%20A%20OLIMPIADAS%20ESPECIAL ES.mp4>

2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 29 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 30 Publicación de “Compartido” y comentarios de la figura 29

2 veces compartido

Más relevantes ▾



**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
**DIPUTADOS PIDEN CUENTAS A JERARCAS DEL OIJ Y FISCALÍA SOBRE ATENCIÓN DE DELINCUENCIA**

Emilia Navas Aparicio, Fiscal General y Walter Espinoza Espinoza, Director del Organismo de Investigación Judicial, asistieron a la Comisión Seguridad y Narcotráfico para explicar la política actual de persecución de la delincuencia común en el país, la política criminal en torno a los delitos complejos de corrupción y crimen organizado. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3695/DIPUTADOS%20PIDEN%20CUENTAS%20A%20JERARCAS%20DEL%20OIJ%20Y%20FISCALI%CC%81A%20SOBRE%20ATENCIO%CC%81N%20DE%20DELINCUENCIA.mp4>

2 días Me gusta Responder



**JULIO González Morales** respondió · 1 respuesta



**Grace RVega**

Muy bien asesorados estos diputados, o ahora van a decir que es intelecto propio.

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 31 Continuación del comentario de la figura 29

Walter Espinoza Espinoza, Director del Organismo de Investigación Judicial, asistieron a la Comisión Seguridad y Narcotráfico para explicar la política actual de persecución de la delincuencia común en el país, la política criminal en torno a los delitos complejos de corrupción y crimen organizado. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3695/DIPUTADOS%20PIDEN%20CUENTAS%20A%20JERARCAS%20DEL%20OIJ%20Y%20FI%20SCALI%20SOBRE%20ATENCI%20N%20DE%20DELINCUENCIA.mp4>

2 días Me gusta Responder



**JULIO González Morales**

**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** pésima edición del video. Porqué editaron las respuestas de doña Emilia Navas... ante las preguntas vergonzosas de la señora diputada estilista y del otro diputado que se basa en reportajes en vez de pruebas veraces de primera línea.

2 h Me gusta Responder



Escribe una respuesta...

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 32 Publicación de comentarios de figura 29



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 33 Publicación de comentarios de figura 29



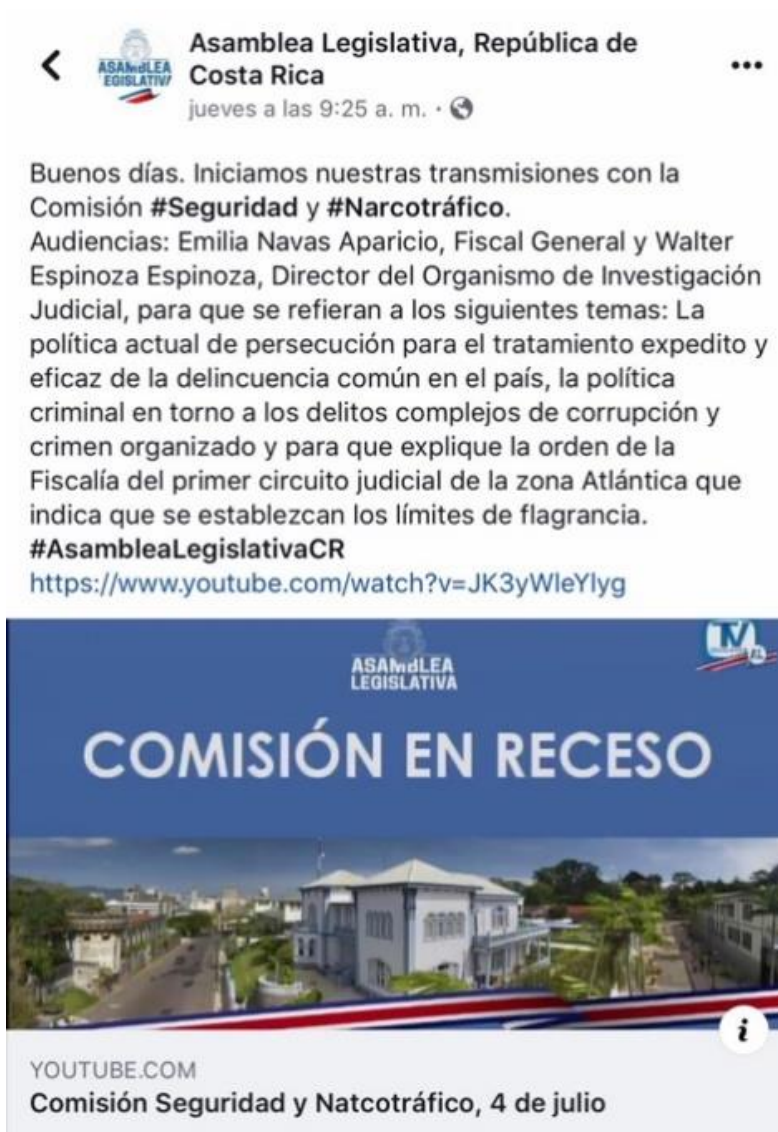
**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 34 Publicación de comentarios de figura 29



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 35 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 36 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de la figura 35

<https://www.youtube.com/watch?v=JK3yWleYlyg>



YOUTUBE.COM  
Comisión Seguridad y Natcotráfico, 4 de julio

Me gusta    Comentar    Compartir


2

 **Astrid C. Acuña Novoa**  
Excelente intervención de la diputada Carolina Hidalgo en el tiempo 1:24:00. Se deben mejorar las vías de comunicación entre los Poderes y evitar caer en discusiones vagas sin información veraz que provoque no llegar más fácilmente a la consecución de soluciones.


1 día    Me gusta    Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 37 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 jueves a las 9:09 a. m.

Transmisiones de **#TVLegislativa** para el jueves 4 de julio.  
 9:00 am: Comisión **#Seguridad** y **#Narcotráfico** Audiencias: Emilia Navas Aparicio, Fiscal General y Walter Espinoza Espinoza, Director del Organismo de Investigación Judicial, para que se refieran a los siguientes temas: La política actual de persecución para el tratamiento expedito y eficaz de la delincuencia común en el país, la política criminal en torno a los delitos complejos de corrupción y crimen organizado y para que explique la orden de la Fiscalía del primer circuito judicial de la zona Atlántica que indica que se establezcan los límites de flagrancia.  
 1:00 pm: Comisión **#ControlDelIngreso** y **#GastoPúblico** Audiencias: Álvaro Ramos Chaves, Superintendente General de Pensiones y Comité de Inversiones, Gerencia de Pensiones Caja Costarricense de Seguro Social expediente N° 21306. Investigar la pérdida de más de 850 millones de colones debido a un repentino cambio de criterio en la colocación 28 millones de dólares en mayo del 2018 del régimen de invalidez, vejez y muerte.  
 2:45 pm: Entrevista.  
 3:00 pm: **#PlenarioLegislativo**  
 6:00 pm: Comisión **#Procuraduría** Audiencia Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia  
**#AsambleaLegislativaCR**

  
**Programación Jueves 04 Julio**

HORA	

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 38 Continuación De La Figura N° 37 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

de Pensiones y Comité de Inversiones, Gerencia de Pensiones Caja Costarricense de Seguro Social expediente N° 21306. Investigar la pérdida de más de 850 millones de colones debido a un repentino cambio de criterio en la colocación 28 millones de dólares en mayo del 2018 del régimen de invalidez, vejez y muerte.

2:45 pm: Entrevista.

3:00 pm: **#PlenarioLegislativo**

6:00 pm: Comisión **#Procuraduría** Audiencia Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia

**#AsambleaLegislativaCR**



### Programación Jueves 04 Julio

HORA	
9:00am	Comisión Seguridad y Narcotráfico Audiencias: Emilia Navas Aparicio, Fiscal General y Walter Espinoza Espinoza, Director del Organismo de Investigación Judicial, para que se refieran a los siguientes temas: La política actual de persecución para el tratamiento expedito y eficaz de la delincuencia común en el país, la política criminal en torno a los delitos complejos de corrupción y crimen organizado y para que explique la orden de la Fiscalía del primer circuito judicial de la zona Atlántica que indica que se establezcan los límites de flagrancia
1:00pm	Comisión Ingreso y Gasto Público Audiencias: Álvaro Ramos Chaves, Superintendente General de Pensiones y Comité de Inversiones, Gerencia de Pensiones Caja Costarricense de Seguro Social expediente N° 21306. Investigar la pérdida de más de 850 millones de colones debido a un repentino cambio de criterio en la colocación 28 millones de dólares en mayo del 2018 del régimen de invalidez, vejez y muerte
2:40pm	Entrevista
3:00pm-6:00pm	Sesión ordinaria Plenario Legislativo
6:00pm	Comisión Procuraduría Audiencia Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia


 Me gusta

 Comentar

 Compartir

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 39 Publicación de comentarios de figura 37


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**
...

jueves a las 9:09 a. m. · 🌐

---

Salas, Ex Ministro de la Presidencia  
#AsambleaLegislativaCR




---




### Programación Jueves 04 Julio

HORA	ACTIVIDAD
9:00am	Comisión Seguridad y Narcotráfico Audiencias: Emilia Navas Aparicio, Fiscal General y Walter Espinoza Espinoza, Director del Organismo de Investigación Judicial, para que se refieran a los siguientes temas: La política actual de persecución para el tratamiento expedito y eficaz de la delincuencia común en el país, la política criminal en torno a los delitos complejos de corrupción y crimen organizado y para que explique la orden de la Fiscalía del primer circuito judicial de la zona Atlántica que indica que se establezcan los límites de flagrancia
1:00pm	Comisión Ingreso y Gasto Público Audiencias: Álvaro Ramos Chaves, Superintendente General de Pensiones y Cómputo de Inversiones, Gerencia de Pensiones Caja Costarricense de Seguro Social expediente N° 21306. Investigar la pérdida de más de 850 millones de colones debido a un repentino cambio de criterio en la colocación 28 millones de dólares en mayo del 2018 del régimen de invalidez, vejez y muerte
2:40pm	Entrevista
3:00pm-6:00pm	Sesión ordinaria Plenario Legislativo
6:00pm	Comisión Procuraduría Audiencia Sergio Alfaro Salas, Ex Ministro de la Presidencia

---

 Me gusta
  Comentar
  Compartir

---



**Esteban LoArr**

Compadezco a Don Walter y a doña Emilia, hay que tener estómago para ir a aguantar y escuchar a Jonathan Prendas "hablando" sobre cosas que no entiende.

2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 40 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
miércoles a las 8:19 p. m. · 🌐

**DECLARAN TOPE DE LIBERIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE COSTA RICA**

Un reconocimiento a las tradiciones guanacastecas es lo que se busca con la aprobación en la Comisión con Potestad Legislativa Plena 1 de la declaratoria del tope de Liberia como patrimonio cultural inmaterial de Costa Rica.



YOUTUBE.COM  
**DECLARAN TOPE DE LIBERIA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE COSTA RICA**

 Me gusta     Comentar     Compartir

  21

**8 veces compartido**

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 41 Publicación de “Compartido” y comentarios de la figura 40

8 veces compartido



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
DECLARAN TOPE DE LIBERIA COMO  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE  
COSTA RICA

Un reconocimiento a las tradiciones  
guanacastecas es lo que se busca con la  
aprobación en la Comisión con Potestad  
Legislativa Plena 1 de la declaratoria del  
tope de Liberia como patrimonio cultural  
inmaterial de Costa Rica. [http://  
www.asamblea.go.cr/p/Lists/  
BibliotecaVideo/Attachments/3693/  
DECLARAN%20TOPE%20DE%20LIBERIA%2  
0COMO%20PATRIMONIO%20CULTURAL%  
20INMATERIAL%20DE%20COSTA%20RICA.  
mp4](http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3693/DECLARAN%20TOPE%20DE%20LIBERIA%20COMO%20PATRIMONIO%20CULTURAL%20INMATERIAL%20DE%20COSTA%20RICA.mp4)

ASAMBLEA.GO.CR

[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

2 días Me gusta Responder



Guevara Henry

Solo tonteras esos diputados

2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

En reconocimiento a las tradiciones guanacastecas es lo que se busca con la aprobación en la Comisión con Potestad Legislativa Plena 1 de la declaratoria del tope de Liberia como patrimonio cultural inmaterial de Costa Rica. <http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3693/DECLARAN%20TOPE%20DE%20LIBERIA%20COMO%20PATRIMONIO%20CULTURAL%20INMATERIAL%20DE%20COSTA%20RICA.mp4>

ASAMBLEA.GO.CR  
[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

2 días Me gusta Responder



**Guevara Henry**  
 Solo tonteras esos diputados

2 días Me gusta Responder



**Lruiz Ruiz M**  
 Ese tope es de Febrero, fiestas Cívica. Y en Julio es Desfile de la Anexión. Venga no tiene excusa 🐄🐎

2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 43 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**
⋮

miércoles a las 5:54 p. m. • 🌐

Estamos **#EnVivo** con la sesión de la Comisión con Potestad Legislativa Plena Primera.  
**#AsambleaLegislativaCR**  
<https://www.youtube.com/watch?v=HzgbLJ7leJs>



YOUTUBE.COM  
**Comisión Plena I, miércoles 3 de julio**
i

---

 Me gusta
  Comentar
  Compartir

---

 1


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 La comisión aprueba, en Primer Debate, el Exp. 20.843. Declaratoria del tope de toros de Liberia, como patrimonio cultural

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 44 Publicación de “Me Gusta” y comentarios de figura 43



YOUTUBE.COM  
Comisión Plena I, miércoles 3 de julio

Me gusta Comentar Compartir

1

 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
La comisión aprueba, en Primer Debate, el Exp. 20.843. Declaratoria del tope de toros de Liberia, como patrimonio cultural inmaterial de Costa Rica.  
2 días Me gusta Responder

 Juan Mora  
[https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=2515234218697744&id=1700665790154595](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2515234218697744&id=1700665790154595)  
2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 45 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa

 Asamblea Legislativa, República de Costa Rica

miércoles a las 5:54 p. m. · 



PROCURADOR CONSIDERA QUE NO SE REQUIERE NUEVA LEY PARA MODERNIZAR JAPDEVA

Julio Jurado, Procurador General de la República afirmó a los legisladores que analizan el proyecto para transformar Japdeva que no es necesaria la aprobación de una ley , pero si para proteger derechos como la prejubilación de los trabajadores.



YOUTUBE.COM

**PROCURADOR CONSIDERA QUE NO SE REQUIERE NUEVA LEY PARA MODERNIZAR JAPDEVA**

 Me gusta     Comentar     Compartir

 1

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 46 Publicación de comentarios de figura 45



Asamblea Legislativa, República de Costa Rica  
 PROCURADOR CONSIDERA QUE NO SE  
 REQUIERE NUEVA LEY PARA MODERNIZAR  
 JAPDEVA

Julio Jurado, Procurador General de la  
 República afirmó a los legisladores que  
 analizan el proyecto para transformar  
 Japdeva que no es necesaria la aprobación  
 de una ley , pero si para proteger derechos  
 como la prejubilación de los trabajadores.

**#AsambleaLegislativaCR** [http://  
 www.asamblea.go.cr/p/Lists/  
 BibliotecaVideo/Attachments/3691/  
 PROCURADOR%20CONSIDERA%20QUE%2  
 ONO%20SE%20REQUIERE%20NUEVA%20L  
 EY%20PARA%20MODERNIZAR%20JAPDEV  
 A.mp4](http://www.asamblea.go.cr/p/Lists/BibliotecaVideo/Attachments/3691/PROCURADOR%20CONSIDERA%20QUE%20NO%20SE%20REQUIERE%20NUEVA%20LEY%20PARA%20MODERNIZAR%20JAPDEV A.mp4)

ASAMBLEA.GO.CR

[www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr)

2 días Me gusta Responder



Vero Gómez China

Sería bueno que moderno en y q ya los de  
 japdeva valoren lo que tienen.Ya basta de  
 despilfarros y hablo general.Asi que a buen  
 entendedor con pocas palabras.

2 días Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 47 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa



  **Asamblea Legislativa, República de Costa Rica** 

miércoles a las 5:53 p. m. · 

REGIMENES DE JUBILACIONES ADSCRITOS A LA DIRECCION DE PENSIONES TIENEN UN DEFICIT DE MAS DEL 91%

Luis Paulino Mora, director nacional de pensiones aseguró que más de un 91% de déficit al año tienen los regímenes de jubilaciones adscritos a la entidad que él dirige.





YOUTUBE.COM  
REGIMENES DE JUBILACIONES ADSCRITOS A LA DIRECCION DE PENSIONES TIENEN UN DEFICIT DE MAS...

 Me gusta     Comentar     Compartir

 **Jacob Jimenez**  
<https://www.youtube.com/watch?v=Cs7YMT1zJ0U>

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 48 Publicación de comentarios de figura 47

Luis Paulino Mora, director nacional de pensiones aseguró que más de un 91% de déficit al año tienen los regímenes de jubilaciones adscritos a la entidad que él dirige.



 Me gusta

 Comentar

 Compartir



Jacob Jimenez

<https://www.youtube.com/watch?v=Cs7YMT1zJ0U>



Qué aprender de... SINGAPUR ¿EL PAÍS que ACABÓ con LA CORRUPCIÓN...

youtube.com

1 día Me gusta Responder

**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 49 Publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa


**Asamblea Legislativa, República de Costa Rica**  
 miércoles a las 5:32 p. m.

#AsambleaLegislativaCR



**Proyectos dictaminados**

**Exp. N° 20.874**

Reforma del Artículo 5 de la Ley N° 9095, Ley Contra la Trata de Personas y Creación de la Coalición Nacional Contra el tráfico ilícito de Migrantes y la Trata de Personas (Conatf). De 26 de Octubre de 2012, y sus Reformas.

**Exp. N° 20.956**

Ley que sanciona los daños a los Hitos Fronterizos. Reformas al Código Penal, Ley N°4573, de 4 de Mayo de 1970, y sus Reformas.

El día 27 de junio, en sesión N°03.

**Tipo de dictámenes:**  
Aprobados

**Exp. N° 21.100**

Modificación del Inciso H) del Artículo 65 de la Ley General de Policía, N° 7410 del 26 de Mayo de 1994.

El día 27 de junio, en sesión N°03.

**Tipo de dictamen:**  
Desechado







**Nota: Elaboración propia.**

Figura N° 50 Publicación de “Me Gusta” de figura 49

**LEGISLATIVAS**

---

**Proyectos dictaminados**

**Exp. N° 20.874**

Reforma del Artículo 5 de la Ley N° 9095, Ley Contra la Trata de Personas y Creación de la Coalición Nacional Contra el Tráfico Ilícito de Migrantes y la Trata de Personas (Conatt), De 26 de Octubre de 2012, y sus Reformas.

**Exp. N° 20.956**

Ley que sanciona los daños a los Hitos Fronterizos, Reformas al Código Penal, Ley N°4573, de 4 de Mayo de 1970, y sus Reformas.

El día 27 de junio, en sesión N°03.

**Tipo de dictámenes:**  
**Aprobados**

**Exp. N° 21.100**


Modificación del Inciso H) del Artículo 65 de la Ley General de Policía, N° 7410 del 26 de Mayo de 1994.

El día 27 de junio, en sesión N°03.

**Tipo de dictamen:**  
**Desechado**




**Comisión Permanente Especial**  
**Seguridad y Narcotráfico**




Me gusta    Comentar    Compartir

4

**Nota: Elaboración propia.**

De acuerdo con la categoría seleccionada en el marco teórico para analizar el contenido, a continuación, se expondrán las valoraciones que el investigador contempló en el proceso de observación de los posts de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

## Uso de las herramientas

Para estudiar la unidad de análisis que comprende el uso de las herramientas de Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, el investigador escogió 15 publicaciones realizadas en la semana del 1 de Julio del 2019 al 4 de Julio del 2019. El proceso de estudio se comprendió en una estricta observación de cada una de las publicaciones y el análisis de las herramientas que se usaron y las que no se utilizaron en cada posteo.

Como demuestran las figuras enumeradas del 4 al 50 las publicaciones realizadas en la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica evidencian cuales fueron las herramientas utilizadas para cada posteo.

Al diagnosticar el uso de las herramientas de Facebook en las publicaciones de la Asamblea Legislativa se logró determinar que de la imagen 4 a la 48 (que representan posteos de Facebook) el uso de los recursos es muy limitado.

Se logra demostrar que los administradores de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica utilizan la herramienta de publicar. Queda de manifiesto que lo que mayormente se comparte, son enlaces provenientes de su canal de YouTube o del programa de televisión denominado Tv Legislativo. Estos posteos lo que buscan es direccionar a la audiencia a ver la sesión de plenario legislativo la cual se presenta en vivo por el canal de YouTube y por los canales oficiales de la Asamblea Legislativa.

Así mismo queda expuesto en las imágenes de las figuras 49 y 50 que se quiso hacer un tipo de publicación distinta al resto, en la que se diseñó un arte gráfico con fotografías y texto de dictamen de un proyecto de ley. Aunque fue refrescante ver otro tipo de publicaciones que no fuera un enlace a YouTube, este diseño gráfico fue extremadamente sencillo y las fotos del proyecto de ley no identificaban claramente de que se trataba. La orientación en la publicación la realizó el texto que acompañaba la imagen.

Resulta particularmente extraño que el administrador de la página de la Asamblea Legislativa utilice el espacio para comentarios, como forma de agregar más contenido a la publicación, como demuestra las figuras 24 y 30. Lo que agrega son más enlaces a YouTube.

Dentro del proceso de observación destaca la nula utilización de herramientas de Facebook como encuestas, Facebook Live (transmisiones en vivo), Stories (historias en tiempo real), notas, generación de anuncios (publicidad pagada) o concursos, aunque sí se utiliza la herramienta de programación de contenido.

El uso de las herramientas de Facebook no se limita a los instrumentos orgánicos que permite la red social para publicar, encuestar, o realizar estadísticas, también hay una serie de herramientas que permiten principalmente análisis más profundos sobre las estadísticas de los seguidores, gestión de contenidos, fidelidad de la comunidad, participación destacada de los seguidores más activos, o herramientas para escoger mejores ganchos en el título de las publicaciones.

No obstante, este estudio no permite determinar si los administradores de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa manejan algunas de estas herramientas. Corresponderá a futuras investigaciones analizar el uso de estas aplicaciones para mejorar el flujo de contenido, la participación de personas y la fidelidad de los individuos.

### **Elementos que afectan el desempeño**

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua española RAE. (2018), la palabra elemento hace referencia a “Fundamentos, medios, o recursos necesarios para algo”

El ejercicio de observación de las publicaciones que realiza la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica permite determinar que en promedio las publicaciones expuestas en las figuras de la 4 a 50 cuentan con un título periodístico corto que sirve como gancho, y en la parte inferior adhiere un texto explicativo que en algunos casos es corto, y en otros como en las figuras 28, 30, 31 es más largo.

A criterio del investigador, estos textos poco atractivos son el único vínculo para que las personas se interesen a ingresar a leer u observar el contenido. Además, las publicaciones vienen acompañadas por una imagen que Facebook escoge automáticamente, puesto que en la gran mayoría de publicaciones lo que se comparte son los enlaces a las transmisiones en vivo.

Adicionalmente, el administrador de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica agrega una o varias anotaciones, junto con un enlace en la primera casilla de comentarios.

Es comprensible que, al tratarse de una red social de un máximo poder de la república, el contenido debe ser meramente político parlamentario y por lo cual, esto conlleva ciertas restricciones. Manejar la información del poder legislativo significa tener un orden y seriedad en las publicaciones, pero no significa que no se pueda hacer uso de la creatividad o de otras herramientas de la red social para obtener un mayor alcance.

Otro elemento que afecta el desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica es la poca utilización de imágenes o meme, viéndose este último no como algo de burla sino como un diseño gráfico que llame la atención. Dice el dicho que una imagen puede hablar más de que mil palabras, y eso es precisamente lo que no ocurre con este perfil de seguidores, son muy pocas las imágenes que se publican, y cuando se postean estas tienden a ser imágenes poco atractivas con mucho texto y como en el ejemplo de las figuras 47, 48, 50 con imágenes un tanto borrosas y lenguaje técnico poco atractivo.

El proceso de observación y análisis de contenido logró determinar que otros elementos que afectan al desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica son la nula utilización de las herramientas como encuestas, Facebook Live, producción de nota.

Al analizarse el contenido se visualiza que la página Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, no cuenta con contenido propio que sea orgánico para los seguidores de esta red social.

En el proceso de investigación se logró encontrar un elemento que no es tomado en cuenta por los administradores de la página, y es que este no cuenta con contenido propio como transmisiones en vivo, infografía o imágenes que se generen de forma orgánica y original, como sí sucede con el contenido que se realiza para el canal de televisión de la Asamblea Legislativa.

Como lo evidenciarán los profesionales en el análisis de la entrevista a profundidad, uno de los elementos que afecta el desempeño de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa es la nula producción de contenido propio a través de herramientas como Facebook Live.

## **Consecuencias**

En este apartado se explicarán los resultados del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica en el cual se comprueba la hipótesis del problema planteado inicialmente.

De acuerdo con la Real Academia de la lengua Española RAE (2018) la palabra consecuencia hace referencia a “Hecho o acontecimiento que sigue o resulta de otro” (párr.1), en otras palabras, es algo que sucede como efecto o como resultado de.

Del proceso de observación se destacan una serie de resultados tanto visibles como intangibles. En primera instancia se logra observar la poca participación por parte de la

comunidad que sigue el Facebook de la asamblea legislativa de Costa Rica, esto en un franco desinterés por reaccionar ante las publicaciones emitidas por el mismo.

Hay tres formas en las cuales la audiencia de la página de la Asamblea Legislativa puede interactuar, la primera es por medio del botón de Like (Me Gusta), la segunda opción es redactar un comentario en la casilla correspondiente de comentarios y la tercera opción es compartiendo las publicaciones.

Es de tal manera que el análisis de contenido revela la poca incidencia de los posts sobre la comunidad de usuarios. Las figuras de la número 4 a la 50 presentadas en este proyecto de investigación ponen al descubierto el fenómeno de lo comentado anteriormente. En promedio cada publicación cuenta con uno o dos Me gusta, un Compartir y dos o tres comentarios que en la mayoría de las ocasiones son realizados por los propios administradores de la página de la Asamblea Legislativa.

Para el investigador resulta evidente que lo que sucede con la página de Facebook de la Asamblea Legislativa es un fenómeno que llama la atención y que se debe corregir. Resulta anómalo que de los 40.763 seguidores con que cuenta este perfil solo un número muy reducido de personas participan dando Me Gusta, comentando o compartiendo las publicaciones.

Adicionalmente el investigador contempla una serie de consecuencias intangibles las cuales también serán fundamentadas en el análisis de la entrevista a profundidad. El principal resultado hallado en el análisis del contenido manifiesta un desinterés particular por la información política parlamentaria que se expone en las publicaciones de la Asamblea Legislativa.

Cabe destacar que a criterio del investigador la responsabilidad de la falta de interés y participación de la audiencia de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, recae sobre la incorrecta implementación que hicieron los administradores de la página en la utilización de las herramientas, aunado a la poca creatividad para exponer el contenido.

Otra consecuencia derivada del poco interés mostrado por la comunidad hacia las publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica es la desinformación que los ciudadanos tienen de lo que acontece políticamente en el parlamento. Esta consecuencia se convierte en un gran riesgo para la sociedad, puesto que un país desinformado representa ignorancia, atraso y falta de educación.

### **Análisis de la Entrevista de profundidad**

La entrevista de profundidad es una técnica muy útil para las investigaciones de carácter cualitativo, debido que permite que profesionales en el tema desarrollen, expliquen, evalúen y haga sus propios apuntes sobre fenómeno de estudio y sus consecuencias. Otro aspecto de la entrevista de profundidad es que se concede a los especialistas la posibilidad de hacer recomendaciones para resolver o mejorar el problema de estudio.

A continuación, se presenta una tabla que muestra las características de quienes fueron seleccionados para las entrevistas de profundidad, con el fin de comprender mejor el perfil de los profesionales que brindaron sus aportes al estudio.

Tabla N° 9 Profesionales entrevistados

<b>Nombre</b>	<b>Seudónimo</b>	<b>Perfil profesional</b>	<b>Aporte a la investigación</b>
Kevin Mora Vilchez	Mora	Licenciado Mercadeo. Bachillerato en Publicidad. Fundador de la agencia de mercadeo digital Sense Digital Agency. Profesor en la escuela CMCR de Branding digital. Director de marketing y comunicación del partido Restauración Nacional	Kevin es experto en comunicación digital, teniendo como especialidad el trabajo con redes sociales. Trabajó como diputados del partido Restauración Nacional en la Asamblea Legislativa, por lo que su aporte permitirá conocer si las herramientas de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa son funcionales para la labor que realizan los congresistas.

Shirley Sandí	Sandí	<p>Periodista, Master en administración de medios de comunicación.</p> <p>20 años como reportera, editora de prensa trabajando para Grupo Nación, Grupo Extra y asesora de comunicación en la Asamblea Legislativa de Costa Rica trabajando con la fracción del Frente Amplio.</p>	<p>Su aporte ayudará a conocer mejor cuales son los recursos con que cuenta la plataforma de Facebook y como la buena utilización de estas pueden aportar beneficios a la comunicación institucional de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.</p>
Andrés Martínez Calderón	Martínez	<p>Periodista de Telenoticias canal 7.</p> <p>Diez años de experiencia en el campo del periodismo político, cubriendo las informaciones de Casa Presidencial y de la Asamblea Legislativa</p>	<p>El aporte de este periodista se basa en explicar las utilidades que tiene de seguir como periodista la página de la Asamblea Legislativa, así como recomendaciones que da para una mejor utilización de los recursos de la plataforma de Facebook para obtener un mayor alcance.</p>

Jennifer Pazos M.	Pazos	<p>Periodista, Comunicóloga y licenciada en administración de empresas.</p> <p>Experiencia profesional en prensa escrita, radio, televisión, jefa de prensa en Casa Presidencial en la administración Alvarado Quesada, docente universitaria, experta en estrategias de marketing. Fundadora de su propia agencia de protocolo, comunicación y relaciones públicas.</p>	<p>Como jefa de prensa de Casa Presidencial, Pazos brinda un aporte muy importante de lo que es el manejo de redes en una organización política como es el Ministerio de la Presidencia. Sus apuntes y recomendaciones son muy valiosos.</p>
María Laura Camacho Hernández.	Camacho.	<p>Bachiller en periodismo, Bachiller en administración de empresas. 5 años de experiencia en comunicación digital y estrategia de redes, trabajando para distintas agencias de publicidad en puestos como Community Manager Senior, estrategia digital y ejecutiva de cuentas.</p>	<p>Su aporte es muy importante ya que evaluará la condición de las comunicaciones de la Asamblea Legislativa de Costa Rica a través de su Facebook y puntualizará observaciones para mejorar en la utilización de las herramientas de la plataforma.</p>

Joselyn Piedra	Brenes	Brenes	Master en comunicación política con experiencia en marketing digital en especial trabajando para el partido Liberación Nacional, siendo la encargada del Facebook del PLN como community manager.	Como master en comunicación política y experiencia en comunicación digital, es súper valioso las contribuciones que realiza la profesional, Consolidará la hipótesis del problema y brindará recomendaciones para solventar la situación.
Pablo Quesada	Fonseca	Fonseca	Bachiller en periodismo, master en ciencias políticas, Master en diseño estratégico de tecnologías de la información, diplomado SEO, diplomado en inteligencia de Negocios. 20 años de experiencia en comunicación de masas, periodismo, análisis de contenido, optimización y análisis de consumo	Su aporte es vital para entender el fenómeno estudiado, la evaluación de las consecuencias y recomendaciones para resolver el problema planteado.

### **Fuente: Creación Propia**

La comunicación en la era digital es un fenómeno que ha crecido exponencialmente en los últimos años. Mientras que los medios de comunicación como la radio o la televisión tardaron 30 o 40 años en popularizarse, la comunicación digital y las redes sociales se han logrado posicionar como medios de comunicación de masas en poco más de 10 años. Este, es hoy en día el hilo conductor que dirige la información de los medios de comunicación, las empresas y las organizaciones o instituciones.

El periodismo y la comunicación institucional o empresarial tanto externa como interna ya no son los mismos desde la aparición de las redes sociales. Hay quienes afirman que ahora las relaciones entre los individuos y las reacciones de la comunidad hacen que la comunicación sea mucho más participativa que antes. En otras palabras, anteriormente las personas leían el periódico, observaban las noticias u oían la radio y estos se convertían simples receptores del

mensaje; ahora por medio de las redes sociales los individuos pueden leer, estar a favor o en contra, comentar, compartir o hasta denunciar en lo que no estén de acuerdo.

Se puede afirmar que la comunicación en redes sociales es un ente vivo que no culmina en la simple publicación de una noticia o un post de Facebook; el posteo de una noticia en una red social es el inicio de una cadena de acontecimientos que de realizarse correctamente desembocará en la viralidad de la noticia.

Cada plataforma de red social tiene sus herramientas o instrumentos y dependerá de la correcta o incorrecta gestión de esos instrumentos el éxito para que las personas se informen, participen y compartan esa noticia con la comunidad.

En el caso de Facebook y más en específico la página de seguidores de la Asamblea Legislativa, es importante explicar que dependerá de los administradores de esta página y del uso correcto o incorrecto que le den a sus herramientas, el éxito de la comunicación asertiva. Es decir, que le llegue a las personas que se quiere, que les guste, que la comunidad participe comentando y que compartan las publicaciones para que más personas se enteren de lo acontecido.

### **Importancia del uso de Facebook en la Asamblea Legislativa**

Haciendo un análisis de las respuestas emitidas la pregunta ¿Por qué a la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe importarle la comunicación a través de su página de Facebook? Cada entrevistado concuerda en que la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe darle la importancia del caso al uso correcto de su página de Facebook, ya que esta representa no sólo un perfil para tener presencia y seguidores, sino que se convierte en un medio de comunicación de masas con más inmediatez y veracidad que lo que presentan medios de comunicación tradicionales.

Jennifer Pazos argumenta esta tesis diciendo que “Los medios de comunicación cada vez están más parcializados y han dejado de cumplir su función básica de informar. La realidad es que, de una forma u otra, cobran por las noticias y quien no paga, no sale. De la misma forma, establecen qué les interesa informar y qué no, razón por la cual resulta complejo que el país comprenda las acciones positivas que se realiza, en este caso, en la Asamblea Legislativa”.

En opinión de Pablo Fonseca está claro que la Asamblea Legislativa tiene que ocuparse de administrar bien su cuenta de Facebook “es el primer poder de la República y, al mismo tiempo, Facebook, es la red social más utilizada de Costa Rica. Las redes sociales son un medio

de comunicación cada día más importante para los costarricenses y están teniendo un impacto muy fuerte en la discusión política”.

Joselyn Brenes profundiza un poco más a la pregunta de la importancia que debe darle la Asamblea Legislativa de Costa Rica a su página de Facebook y explica que “Además del mundo físico, actualmente existe todo un universo digital, dentro del cual la información es sumamente poderosa y se mueven iniciativas, opiniones y grupos cuyas relaciones pueden llegar a influir en el mundo físico. Un 90% de los usuarios de internet, aproximadamente, están en Facebook, lo que significa que, si en esta plataforma se está desarrollando la conversación, la discusión y las relaciones de la comunidad, la Asamblea debe tener presencia ahí”.

Una argumentación que también fue planteada por el investigador en el marco teórico y cuya tesis es respaldada el periodista Andrés Martínez es que “La Asamblea Legislativa de Costa Rica debe darle el valor que merece a su página de Facebook, primero porque es un mandato constitucional que la Asamblea Legislativa cumpla con un principio de publicidad, que es dar a los ciudadanos la posibilidad de conocer lo que se realiza y las decisiones dentro del Primer Poder de la República.

Luego está el principio de transparencia, que no es más que la claridad y la apertura para conocer cómo se toman las decisiones que nos afectan directamente. Por eso, esta red social puede ser un buen medio para hacer valer estos mandatos que tienen los diputados establecidos en la Carta Magna. Más que es una red social ampliamente visitada por usuarios costarricenses”.

Para la community manager María Laura Camacho el tema está claro “Facebook más que una Red Social, actualmente juega un papel sumamente importante, como una herramienta para conectarse y comunicarse con el público. Este novedoso canal de información bien utilizado sirve para llegar a las personas, crear una comunidad y fidelizar el consumo de nuestra información.

Para la Asamblea Legislativa debería ser una prioridad darle contenido estratégico a su página de Facebook, ya que siendo un órgano fundamental del Estado que continuamente se expone a temas sensibles podrían aprovechar este medio para informar, aclarar, debatir, responder y educar a la población costarricense”.

En palabras de Shirley Sandí, la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe darle la importancia que merece a la red social Facebook en gran medida por que ostenta uno de los primeros sitios en la cantidad de cuentas creadas y activas de redes sociales en el país y porque concentra a una importante cantidad de seguidores de todas las edades.

“Esto representa proyección e interacción en una gran parte de la población que utiliza este medio para informarse. Si lo vemos por provincia, y de nuevo remitiéndome a la más reciente información proporcionada por la Organización Red506, Facebook también tiene presencia importante en las siete restantes que conforman el país, por lo que se convierte en una plataforma para llegar a zonas que quizá otros medios, como los tradicionales, ya no llegan por la caída en la venta de periódicos o transmisiones de radio o TV” (ver figura 51).

Figura N° 51 Tiempo que pasan los ticos en redes sociales según sus provincias



Nota: Elaboración propia

Fuente: Red 506 y El Financiero

Al realizarle la consulta al especialista en marketing digital Kevin Mora Vílchez adujo que la Asamblea Legislativa al ser un ente sumamente mediático y que cuenta no solo con su propio canal de televisión, sino que en la prensa nacional se le da la cobertura necesaria debería darle la importancia que merece a sus redes sociales, en especial a Facebook, “La lógica de la comunicación digital indica que en estos casos a esta cuenta tiene que dársele de un valor especial, un valor agregado.

Estamos hablando que los administradores de la página deben abocarse a construir contenido diferenciado y que no se compartan las mismas noticias o enlaces que puedan generarse en televisión o boletines de prensa”.

El especialista concluyó diciendo que la Asamblea Legislativa de Costa Rica no debería publicar lo mismo en todos los medios, sino que en el caso de Facebook deberían arriesgar por una comunicación más moderna, acorde a las tendencias de la comunicación digital, “Esto

implica que el Facebook de la Asamblea Legislativa debería ser un poquito menos institucional con contenidos más acordes a la comunicación digital y las herramientas que permite la plataforma. Claro, sin dejar de ser contenido serio, mas no aburrido”.

### **Crisis en la comunicación institucional**

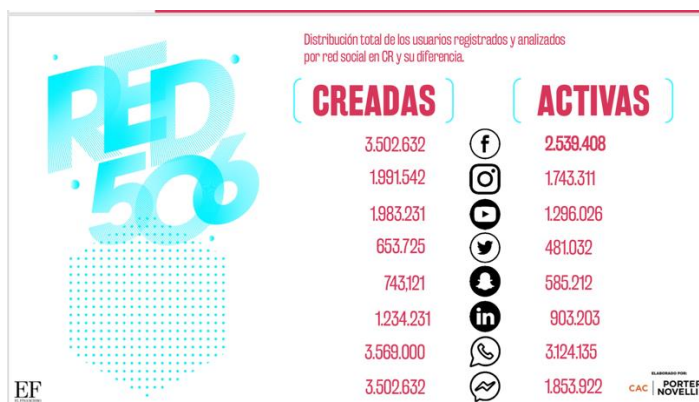
Resultaba importante iniciar este análisis consultando a los profesionales ¿Cómo afectaría a la Asamblea Legislativa de Costa Rica el uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook?

A lo que la periodista y experta en comunicación Jennifer Pazos, quien fuera jefa de prensa de Casa Presidencial, explicó que “Las redes sociales, en especial Facebook, se convierten en una herramienta fundamental para la difusión de la información, de cualquier ente o empresa. Hoy, los medios de comunicación deciden qué informar y qué no, es por esto que, resulta indispensable contar con esta herramienta, para alcanzar la mayor cantidad de población con acceso a redes y que estos mismos difundan los mensajes claves que se publican”, concluyó.

Con una evaluación más alarmante el Máster en ciencias políticas y especialista en comunicación digital Pablo Fonseca Quesada advirtió que “El uso incorrecto de las herramientas de Facebook por parte de la Asamblea Legislativa puede generar distintos tipos de afectaciones. Lo más simple sería simplemente una afectación al público que más utiliza sus servicios. Lo más grave sería desencadenar una crisis institucional grave que termine afectando su funcionamiento interno y su relación con otros poderes de la República. Todo dependería de tener ejemplos específicos de cuáles son esos usos incorrectos para hablar así de posibles afectaciones más puntuales.

Quien fue tajante en advertir de las afectaciones que tendría la Asamblea Legislativa si no utiliza correctamente las herramientas de la plataforma de Facebook, fue la máster en administración de medios Shirley Sandí quien aseguró que “ Es evidente que la red social Facebook es una de las más seguidas y utilizadas en Costa Rica y el mundo y así lo demuestran los datos más recientes presentados por la Red 506 de Porter Novelli y El Financiero (ver figura 52), lo cual representa una importante plataforma de comunicación para publicar los hechos que se viven a diario en el Primer Poder de la República.

**Figura N° 52 Cantidad de cuentas creadas y activas por red social**



**Nota: Elaboración propia.**

**Fuente: Red 506 y El Financiero.**

Para Sandí está claro que el tema del uso incorrecto de las herramientas de la tiene que ser un tema tomado con seriedad y responsabilidad, “Definitivamente el uso incorrecto de sus herramientas desencadenaría desinformación, tergiversación, fake news o censura en cuanto a lo que se discuta o apruebe en Plenario o en las distintas comisiones legislativas”.

Esta posición fue respaldada por la periodista Joselyn Brenes quien argumentó que “Las principales afectaciones serían que, la red social no sume en nada a la comunicación y construcción de una reputación e imagen para la Asamblea Legislativa. También la inadecuada gestión de sus comunidades y atención de los ciudadanos puede afectar su credibilidad frente a la ciudadanía”.

La periodista María Laura Camacho aseguró que “El uso incorrecto de las herramientas que facilita Facebook, puede generar crisis digitales, pérdida de credibilidad e incluso mala interpretación de la información”.

Para el especialista en marketing digital Kevin Mora Vílchez es claro que en redes sociales puede haber dos tipos de afectación derivadas del uso incorrecto de las herramientas “Está la afectación que se provoca como ente, dígame empresa, organización o como en este caso la Asamblea Legislativa o la que se produce a nivel externo y no podamos controlar, por ejemplo, inestabilidad social. Para eso es importante que los administradores de la paginas gubernamentales también tengan un manual de crisis en caso de que este tipo de eventos suceda”.

## **Beneficios del uso correcto de las herramientas de Facebook**

Luego de recibir esa argumentación sobre las consecuencias se abrió espacio para lanzar la pregunta ¿Qué beneficios se obtendrían de una mayor interacción con la comunidad de la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica?

Para Joselyn Brenes es obvio que se puede hablar de muchos beneficios, desde la mayor difusión del trabajo de la Asamblea, la visibilizarían de sus avances, contribución al proceso de transparencia y rendimiento de cuentas, educación de la población e incluso, hasta lograr movilizar la opinión pública y grupos de interés respecto a proyectos o temas importantes para el país.

“La Asamblea Legislativa y la clase política en general tienen muy mala imagen, por lo que, una presencia activa en Facebook podría ser una herramienta para trabajar campañas de posicionamiento positivo y sobre todo para construir una relación y transparencia hacia la ciudadanía”.

La periodista Jennifer Pazos afirmó que el mayor beneficio es el acercamiento. “La sociedad de hoy lucha por querer ser escuchada, por ser tomada en cuenta para las decisiones, por tener cercanía con los jerarcas que toman las decisiones y con las instituciones que deciden el rumbo del país. Con una mayor interacción se conocen las necesidades reales de las personas y se puede gobernar hacia eso”.

De igual forma reaccionó el periodista Andrés Martínez, quien cubre la fuente de la Asamblea Legislativa y que considera que “el beneficio de la interacción es de lo más positivo, ya que se convierte en el vehículo ideal para estar cerca de la persona que se informa o quiere conocer más.

Permitiría el evacuar dudas o tener un mayor contacto para ampliar alcances o conceptos de proyectos de ley, reformas o investigaciones del control político que tiene los diputados. Además, puede ser la ventana para que el ciudadano proponga y ayude en la elaboración de iniciativas de ley que a futuro tengan un buen suceso en la sociedad”.

Quien concordó en sus respuestas con Martínez fue Shirley Sandí, quien aseguró que los principales beneficios se reducirían a un mayor interés en los temas, mayor proyección a la comunidad, mayor realimentación, más atención de consultas.

“Todo esto redundaría en una mejor imagen de la labor que hacen los diputados ante la ciudadanía y un mejor seguimiento de las discusiones y aprobaciones de leyes o investigaciones de temas país, como los que se llevan en las comisiones”.

Sobre este tema María Laura Camacho aseveró que “El beneficio fundamental es la confianza y la credibilidad, principalmente en los momentos de crisis generados por los temas sensibles para cierta parte de la población. Además del aumento en las métricas que se obtienen a raíz de la interacción con la comunidad, ayudaría a posicionar y popularizar la página como un medio oficial de comunicación”.

### **Utilidad de las herramientas de Facebook Live y las Encuestas**

Dos de las herramientas que más suelen utilizarse para generar contenido en Facebook y atraer reacción de los seguidores es la utilización de las transmisiones en vivo (Facebook live, o streaming) y la herramienta de las encuestas, es por eso que se preguntó a los especialistas ¿Qué criterio le merece que las encuestas y Facebook Live sean herramientas idóneas para generar mayor interacción con la comunidad? Y las respuestas fueron contundentes.

La periodista Shirley Sandí explicó que las transmisiones de Facebook live son la herramienta más actual y utilizada para llegar en tiempo real a los seguidores. “En la Asamblea Legislativa utilizan el canal de YouTube, que me parece que no es tan efectivo para captar la atención de la audiencia, aunque es más sencillo de buscar y utilizar posteriormente. Las encuestas en realidad no les veo funcionalidad, los temas que se discuten en la Asamblea son muy complejos o específicos y cuando se requiere el criterio de algún sector deben hacerse presente a las comisiones para que su opinión sea válida según el reglamento legislativo”.

Caso contrario fue la respuesta de María Laura Camacho, quien consideró que ambas son idóneas para el aumento de interacción. “En cuanto a las encuestas, son una gran herramienta para conocer la opinión de los seguidores y considerar esta información para recomendaciones internas. Por su parte Facebook Live, es una excelente manera para informar y especialmente interactuar de una manera más próxima con las personas”.

Camacho considera que el conversar de forma fluida y espontánea con la comunidad, logra transmitir confianza y la apertura que se tiene por parte de la Asamblea Legislativa para escuchar y atender al público.

Tanto el periodista Andrés Martínez como la periodista Jennifer Pazos concuerdan en que las herramientas de Facebook Live y las encuestas con herramientas supremamente útiles para tanto para generar contenido propio como para generar tráfico por medio de las vistas, comentarios y “Me gusta”, no obstante advierten que hay que tener cuidado con los resultados que arrojen tanto las encuestas como las vistas debido a que existe gran cantidad de cuentas falsas que son utilizados como troles precisamente para alterar encuestas o incidir en tendencias falsas.

A criterio del especialista en marketing Kevin Mora, las herramientas de transmisiones en vivo y las encuestas serían instrumentos de gran utilidad para la página de la Asamblea Legislativa, pero condiciona el éxito de estas al contenido que se realice. “No se trata de hacer Facebook Live por hacerlos, se trata de programar una estrategia detrás de esa esa herramienta, obviamente respaldado por un contenido propio, original y acorde a la comunicación digital”.

Con Kevin concuerda Joselyn Brenes quien explica que las comunidades en redes sociales interactúan, esa es su principal diferencia. “Ya no son receptores pasivos y todas las oportunidades que brindan las plataformas para propiciar esa comunicación bidireccional, ese intercambio y apertura de espacios para que expresen sus opiniones y hasta exijan acciones son importantes para ellos.

Por eso, el uso de estas herramientas es adecuados, ya que las personas tienden a interactuar y opinar más en este tipo de espacios que son participativos por excelencia y además de que son una oportunidad para que las organizaciones puedan conocer más sus públicos y darles una voz”.

Misma opinión se obtiene de las declaraciones de Pablo Fonseca, quien considera que estas herramientas son ideales para interactuar con la comunidad, pero “todo dependerá de los objetivos de la estrategia general de comunicación. No se trata de hacer cosas en un perfil, se trata de definir qué quiero en un perfil para ver cuáles estrategias me permiten lograrlos”.

### **El rol de las imágenes y la creatividad en la generación de contenido**

El uso de las imágenes en las redes sociales, ya sea imagen fija o vídeo es fundamental en el proceso de comunicación digital. Para que la publicación de imágenes tenga éxito de acuerdo con las estrategias de comunicación, resulta importante que la creatividad acompañe al diseño de las mismas.

De ahí que resultaba importante encontrar respuestas a las preguntas ¿Por qué es importante la creatividad en la comunicación de la Asamblea Legislativa de Costa Rica a través de su página de Facebook? Y ¿Qué papel juegan las imágenes y el video en las publicaciones de Facebook, para llamar la atención de la comunidad?

En respuesta a lo anterior, Jennifer Pazos explica que las imágenes y videos son el gancho visual para las comunidades digitales. En el caso de las imágenes estas deben ser imágenes sumamente llamativas, que tengan un impacto visual y psicológico y hagan que el usuario tenga que tomar un momento para ver de qué se trata la publicación. Lo que respecta a los vídeos, estos deben ser cortos, concisos y precisos, para no perder la atención y el interés de los usuarios.

“Es fundamental que para la consecución de los objetivos la comunicación sea integral y aquí hablamos de un equipo interdisciplinario de RRPP (redes sociales) que involucre publicistas, mercadólogos, periodistas, community managers, creativos, etc., pues en temas tan complejos y poco atractivos, como los que se manejan en la Asamblea, y el auge del periodismo light, informaciones vacías y morbo, innovar con una estratégica de comunicación para Facebook es esencial”.

Contrario a la opinión anterior, Pablo Fonseca considera que posicionar a la Asamblea Legislativa en redes sociales especialmente en Facebook no se puede tomar a la ligera como vender una marca de refrescos, lo que sí tiene claro es que “La política parlamentaria es atractiva de por sí por su temática, esta tiene enfrentamientos, tiene actualidad, y tiene variedad temática con la que se tiene que trabajar según la estrategia que se trace”, en otras palabras, la prioridad siempre será el contenido.

Bajo la misma tesis de Fonseca, Shirley Sandí indica que los temas que se discuten y aprueban en el Asamblea Legislativa son muy serios por lo que recomienda que la cuenta de Facebook no se tome como si fuera la perfil de una marca o de un producto, “es como manejar la cuenta de la Presidencia de la República o de un diputado, no puede ser chabacano ni prestarse para emoticones o chistes, se debe ser creativo, pero siempre dentro del perfil de un Primer Poder de la República”.

En cuanto al tema de las imágenes o ilustraciones, Sandí asegura que son vitales para llamar la atención, pero reiteró que siempre la utilización de este recurso debe de hacerse dentro de un marco de seriedad.

No obstante, el periodista Andrés Martínez comparte más la tesis de Pazos, al asegurar que la Asamblea Legislativa, aunque es la mejor representación del pueblo, lamentablemente es una institución que está muy lejos de los ciudadanos.

“Muchas veces, la dinámica es compleja y de difícil entendimiento de las personas. La creatividad puede darle nuevas facetas a la comunicación para llegar de una forma más amena y de fácil traducción a las personas, para que vean lo que está ocurriendo en ese Poder. Es por tal razón que considero que las imágenes son un gancho muy fuerte para atraer al lector y los videos sin duda facilitarían mucho el entender lo que ocurre”.

La respuesta de María Laura Camacho fue un paso más allá y explicó que según los algoritmos de Facebook, los contenidos para las páginas, deben adaptarse a los estándares mejor posicionados en cada actualización que realiza la Red Social.

“Actualmente, el vídeo es el formato mejor posicionado, por lo tanto, es sumamente importante crear una estrategia que incluya este tipo de publicaciones. Las imágenes también tienen sus reglas y es básico que el contenido de la página las incluya, pero lo más importante es elegir las imágenes correctas, que sean agradables para la comunidad y logren cumplir el objetivo de la comunicación adecuada”.

Para Camacho existen varias maneras de abordar temas tan formales como lo es la política parlamentaria de la Asamblea Legislativa, por lo que puntualizó que las ilustraciones, animaciones, videos correctamente producidos son clave para que este tipo de temas sean bien entendidos por las personas.

En contraposición a los argumentos de Pablo Fonseca, la community manager Joselyn Brenes manifiesta la política es un tema aburrido y a criterio de la especialista, sociedad de hoy es la sociedad del entretenimiento. “Existe el gran reto de comunicarse con un público desconectado, con múltiples intereses, poco atento, poco concentrado y bombardeado por una gran cantidad de ruido; en resumen: infocado. Por eso, crear mensajes que puedan calar en ellos e incluso, solo alcanzarlos, es un reto muy grande que se supera, entre otras cosas, con creatividad”.

Como propone Brenes actualmente el vídeo es el rey de los contenidos porque muestra, recrea, evoca y da la oportunidad de interactuar aún más en este proceso de comunicación. “Es la forma más directa y a la vez eficaz de comunicar hoy, pues permite dar la cara, mostrar y la

imagen siempre va a tener un peso clave cuando hablamos de comunicación. Lo principal, es la imagen y por debajo, el fondo”.

La explicación de Brenes es reforzada por los criterios de Kevin Mora, el cual asegura que la creatividad en menor o mayor medida siempre va a estar presente y responderá dependiendo de los objetivos. “La creatividad siempre va a estar ligada a la innovación, y ese es un riesgo que en el caso de las instituciones tan grandes como la Asamblea Legislativa es difícil de hacer o no es bien vista.

Adicionalmente hay que decir que la creatividad no solo se trata de hacer videos o artes bonitos o publicar buenas fotos, la creatividad es darle un sentido a un contenido en un contexto moderno. No se puede hacer la misma comunicación que se hacía hace 10 o 20 años, porque no tiene sentido en una era donde el internet es quien gobierna y la creatividad implica esa parte de innovación”.

### **Correcta utilización de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa**

En este apartado se les preguntó a los profesionales ¿Qué recomendaciones darían para que el Facebook de la Asamblea Legislativa tenga una mayor interacción con su comunidad y para que aumentes sus seguidores?

Ante la petición expuesta Joselyn Brenes explicó que es vital que primero, se estudien muy bien los objetivos de la Asamblea con esta plataforma y después, el público meta, el público al que quieren llegar, para poder investigarlo, conocer qué consume, cómo, qué le preocupa y en torno a eso desarrollar campañas cortas, frescas, con contenido de calidad y que se dirijan de forma directa al ciudadano, hablándole como parte de una comunidad.

Por otra parte, Brenes afirmó, que es importante que los administradores deban prepararse en la utilización de las herramientas de Facebook para que estas no se empleen como relleno o por cumplir, sino para que rindan como parte de una estrategia de comunicación que vaya paralela y contribuya a los objetivos de la Asamblea en su comunicación.

“Se debe entender cómo funciona la plataforma, pero, sobre todo, para qué les funciona a ellos, y así poder sacarle un máximo provecho, convirtiéndolo incluso en un medio para trabajar la reputación y para movilizar grupos de interés”.

Un criterio parecido fue el de Shirley Sandí, quien aseguró que en pleno 2019 es indispensable la Asamblea Legislativa de Costa Rica tenga un departamento de profesionales en

comunicación especializado en redes sociales, por lo que sería irresponsable que una sola persona gestione las estrategias y el contenido.

Así mismo declaró que una buena recomendación sería cambiar las transmisiones vía streaming por Facebook Live. “Sería valioso transmitir una mayor cantidad de comisiones, enviar el mensaje con un lenguaje más sencillo (prácticamente traduciendo los hechos para una mejor comprensión del seguidor) y utilizando infografías, videos con íconos, videos explicativos cortos y Facebook live con los diputados para que los ciudadanos puedan hacerles preguntas”.

En el caso de la periodista Jennifer Pasos ella considera que Facebook en estos momentos es la herramienta número uno por excelencia para comunicar, sin embargo, destaca que se debe establecer una estrategia previa, pues no se trata de realizar un posteo y ya. “Las publicaciones debe tener un sentido, un objetivo y un mensaje clave para el que la lea o vea”.

Como punto relevante Pazos enfatizó que los periodistas y comunicadores necesitan actualizarse y abrir sus mentes a los requerimientos de la actualidad, “necesitamos ir más allá de ser periodistas, debemos convertirnos en comunicadores”.

La periodista recomendó abrirle espacio a la innovación, creando estrategias llamativas, de impacto visual, emocional y creíble. “Si se logra un mayor acercamiento con seguidores de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa, ellos agradecerán y por consiguiente generarán que otros sigan las páginas. El mejor ejemplo de que sí se puede hacer contenido atractivo para una organización gubernamental es el Facebook de la Caja Costarricense de Seguro Social”.

María Laura Camacho compartió criterio con Pazos y manifestó que el utilizar correctamente las herramientas del Facebook de la Asamblea Legislativa, permitirá abrir un canal de comunicación abierto a los costarricenses, aplicando así el concepto de gobierno abierto, donde pueden dar a conocer su criterio sobre algún tema y ser considerada su opinión para los temas que se propongan en las encuestas, además de aumentar la interacción en la página.

También Camacho advirtió que, si no se tienen un amplio conocimiento de todo lo que la herramienta de Facebook permite hacer, sería imposible sacarle un máximo provecho positivamente.

“En cuanto a las publicaciones es importante que los administradores del sitio sepan cómo funciona, esto les permitirá interpretar las métricas, realizar reportes cada mes y lo más importante conocer a su comunidad. El no saber utilizarla puede ocasionar una mala imagen a la

entidad, ya que, con una respuesta inadecuada a algún comentario o alguna publicación sensible, se puede generar molestia y hasta producir una crisis digital”.

Desde el punto de vista de Camacho es vital que, en la actualidad, se cuenten con profesionales especializados en Redes Sociales, ya que en estos canales reina la inmediatez, el acceso a la información y la viralización de contenido.

“La mayoría de costarricenses tienen a su alcance su teléfono móvil o su computadora para acceder a sus Redes y la mayoría utiliza estos aparatos electrónicos para informarse en cualquier momento desde cualquier lugar, es por eso yo recomiendo que se cuente con especialistas en Redes Sociales para monitoreo, atención y generación de contenido es muy importante para la Asamblea Legislativa”.

Una afirmación similar realizó el periodista Andrés Martínez, quien le restó importancia a la densidad o formalidad del contenido de la Asamblea Legislativa, aduciendo que, “si se le da un buen tratamiento a la información, este puede resultar atractivo.

Hay que entender que como comunicadores debemos ser los traductores de la información compleja y abstracta para quienes nos leen y nos ven. Así que, si se desarrolla un buen marco para trabajar y hacer entendible lo que se maneja en la Asamblea Legislativa, se puede hacer un contenido atractivo”. Martínez, además, sugirió cuidar los límites para evitar que se difunda lo irracional o que ocurra un tratamiento temerario o irrespetuoso de la información.

Particularmente el periodista Andrés Martínez, quien al momento de realizar esta entrevista es uno de los reporteros que cubre la fuente de la Asamblea Legislativa, explicó que desde su perspectiva resulta importante que la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica no solo le facilite al ciudadano la información de lo que ocurre en el Congreso, sino que es importante que este medio sea un espacio sencillo y accesible para los periodistas de medios comerciales que requieran del abordaje rápido a la información.

Como recomendación, Martínez externó que “La cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe ser más activo, no solo convertirse en un muro para publicar las notas en video que elaboran. Debe esforzarse por tener una mayor interacción con el ciudadano”.

En el caso de María Laura Camacho, sus recomendaciones fueron más puntuales. La periodista experta en estrategia digital expuso una lista de recomendaciones las cuales van ligadas principalmente a la creación de contenido atractivo con una línea gráfica acorde a su comunidad y lenguaje asertivo.

“El secreto de la interacción está en darle a la comunidad publicaciones llamativas, que capten su atención y los detenga unos segundos en cada contenido para leer y procesar la información. Si se logra un contenido de valor que las personas compartan, comenten o simplemente le den un “me gusta”, los seguidores automáticamente comenzarán a aumentar.

Camacho también propone hablar de temas sensibles, actuales y de interés común, los cuales ayudarán a que la comunidad interactúe y por ende las publicaciones lleguen a más personas. Una de las herramientas que puede tomarse en cuenta es realizar entrevistas o debates con los diputados, desde una transmisión en vivo del Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

“Hay que tomar en cuenta que no solo se trata de la cantidad de seguidores, lo fundamental es crear una comunidad orgánica saludable, esto se refiere a que cada seguidor que obtenga la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica sea un público apto y no por ejemplo: una cuenta falsa, persona de otro país o algún fan page, entre otros”.

La especialista en marketing digital Joselyn Brenes compartió criterios con Camacho, pero antes quiso dejar claro que es importante reconocer las redes sociales y en particular el Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica requiere una estrategia antes de cualquier cosa, por lo que recomendó que se forme un equipo interdisciplinario trabaje en definir los objetivos y que esto se convierta en contenidos que aporten valor tanto para la comunidad, periodista y a la propia Asamblea Legislativa.

Brenes concluyó con una lista de recomendaciones puntuales que ayudarían a contrarrestar el uso incorrecto de las herramientas de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa, las cuales enumeró de la siguiente manera:

- Estudiar mejor los públicos para ofrecer contenidos más frescos y modernos.
- Crear contenedores temáticos o secciones fijas, para garantizar la diversidad de publicaciones.
- Refreshar la línea gráfica con GIF, fotos o infografías.
- Implementar herramientas que promuevan más la interacción como transmisiones en vivo donde se realicen entrevistas o debates sobre temas que se están discutiendo en la Asamblea Legislativa.

- Crear algún tipo de contenido más enfocado en historias, que puedan generar más empatía con el público.
- Reducir los copys o enlaces.
- Crear campañas dinámicas para quitar esa sensación aburrida y repetitiva del FB actual.

En síntesis y para recapitular los objetivos de esta investigación, la Asamblea Legislativa de Costa Rica tiene el deber constitucional dar a conocer a la ciudadanía, todo el acontecer de los diputados en el congreso; esto basado los principios de publicidad y transparencia.

En otras palabras, al Primer Poder de la República se le obliga por todos los medios a ser diáfano e informar a los costarricenses de la creación, interpretación o derogación de las leyes. Así mismo, y como parte de las funciones propias de los diputados de la república, se deberá darse a conocer los controles políticos, denuncias, audiencias, investigaciones o intervenciones que realicen los diputados ya sea desde la sesión de plenario, o en las comisiones parlamentarias.

Es por tanto el Facebook, uno de los medios de comunicación gratuitos de mayores posibilidades de alcance. No obstante, la incorrecta utilización de las herramientas le ha impedido sacar máximo provecho a los instrumentos disponibles.

Queda evidenciado que, las publicaciones del Facebook de la Asamblea Legislativa no son acordes a la correcta utilización de la comunicación digital, además de que no cumple con los objetivos mínimos de lo que representan las redes sociales hoy en día como lo son la viralidad y la interacción.

Hablar de política por sí solo en Costa Rica y el mundo es una bomba de tiempo que arranca pasiones de miles de personas. De tal modo que, si se comparan las reacciones de las personas que leen las noticias en los medios digitales, con la escasa y en algunos casos hasta nula participación de la comunidad seguidora del Facebook de la Asamblea Legislativa en los temas que ahí se discuten, es de claras cuentas que algo incorrecto sucede, y así se quiso exponer desde el planteamiento del problema.

Es ahora que amerita hacer un alto en el camino, comprender el fenómeno que está ocurriendo y poner en práctica las recomendaciones presentadas por los expertos para corregir el problema.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se presentarán las conclusiones, así como las recomendaciones derivadas de la investigación, las cuales van dirigidas a la universidad, estudiantes, público general, instituciones de gobierno, y por supuesto, a la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

Las conclusiones expuestas en este apartado corresponden al análisis de los cuatro capítulos anteriores, los cuales fueron aportes adquiridos de la exhaustivo estudio de la teoría, análisis de contenido y trabajo de campo con profesionales, los cuales ayudaron a determinar las consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook, aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.

A continuación se presentarán las conclusiones de este trabajo de investigación, lo cual será el resultado del conocimiento adquirido y deducido por el mismo.

### **Conclusiones**

En el proceso de la fundamentación teórica se demostró que la plataforma de Facebook es hoy en día la red social más importante en el mundo, esto gracias a los millones de cuentas de usuarios que superan en cantidad a otras redes como Twitter, YouTube o la creciente Instagram. Si es o no Facebook la red social más adecuada para llevar la comunicación de la Asamblea Legislativa, eso lo determinarán otras investigaciones.

Lo real es que, en conclusión, si esta plataforma es parte de los medios de comunicación que usa el primer Poder de la República para publicar su contenido, lo mejor que se debería hacer es sacar el máximo provecho a las herramientas que esta contiene.

Al finalizar la presente investigación, se logró comprobar que, en efecto, el uso incorrecto de las herramientas de Facebook en la página de la Asamblea Legislativa generan una serie de consecuencias que afectan principalmente a la comunicación.

Queda claro que para la Asamblea Legislativa la comunicación es algo de relevancia, ya que cuenta con presencia en televisión y redes sociales, esto con la idea de cumplir con los principios constitucionales de publicidad y transparencia. No obstante la investigación revela que, en el caso de su cuenta de Facebook, no hay una gestión correcta de los instrumentos, desaprovechando así los recursos que permite dicha plataforma.

La principal consecuencia en el uso incorrecto de las herramientas de la red social Facebook aplicadas a la página de la Asamblea Legislativa, es en sí, el poco interés de la comunidad de Facebook por las informaciones que se publican.

Aunque el objetivo del estudio se centra en encontrar las consecuencias del uso incorrecto de las herramientas de Facebook en la cuenta de la Asamblea Legislativa, el proceso de observación en la investigación, permitió determinar cuáles eran las causas que provocaron dichas consecuencias.

El ejercicio exhaustivo de observación de las 15 publicaciones escogidas en el análisis de contenido, arrojó información importante, la cual demostró que en la gestión de las publicaciones de Facebook, la Asamblea Legislativa se limita a compartir enlaces del canal de YouTube para dar seguimiento las sesiones de plenario o para que las personas vean el micro programa de Tv Legislativo. Y cuando finalmente se logra variar el contenido, en la página se publican unas pocas ilustraciones con mucho texto y con un diseño poco agradable.

Como consecuencia de este patrón en las publicaciones, se determinó que las mismas tienen poco impacto en más de 40 mil personas que siguen la cuenta, los cuales en su mayoría no están interesados en dar “Me Gusta”, reaccionar, comentar, o compartir.

Como se demostró en el análisis de la entrevista a profesionales, este proceso de reaccionar, comentar o compartir por parte de los usuarios, es vital para las redes sociales como Facebook, sobre todo porque permiten la interacción de la comunidad. Acá se evacuan preguntas, se realizan propuestas, se le explican a los usuario el contenido de lo que está sucediendo en

determinado momento, se debate sobre temas específicos o simplemente se asiente o desaprueba la función realizada.

El resultado que desencadena el uso incorrecto de las herramientas de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa es que muy pocos individuos desean leer la noticia, comentar, participar o compartir.

No obstante, los profesionales advierten que de no modificar los procesos de gestión de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa, esto podría poner en mayor riesgo la labor del congreso y generar una crisis aun peor.

Adicionalmente, del análisis de las entrevistas de profundidad se desprende otra consecuencias, la cuales vienen arrastrada por la propia gestión de los políticos. Es acá donde el tema de la credibilidad de la labor de la Asamblea Legislativa se ve afectada, mucho más de lo que ya está.

Los entrevistados concuerdan en que las publicaciones realizadas en el Facebook de la Asamblea Legislativa no permiten la generación de vínculos de confianza o acercamientos con la comunidad, sobre todo porque para el congreso, esta red social funciona como un muro que reproduce principalmente enlaces provenientes de otras plataformas, principalmente YouTube y el canal de televisión.

Una consecuencia que podría generarse a lo externo, es que, debido al desinterés en la información política parlamentaria que se publica en la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica y la incorrecta utilización de sus herramientas, es que la comunidad aumente el desconocimiento del acontecer legislativo y de la discusión o aprobación de leyes. Tema muy delicado, sobre todo porque ya eso implica que costarricenses desconozcan del marco jurídico que los rige.

Además, en una entrevista realizada a un periodista político que cubre la fuente de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, afirmó que para la prensa comercial tradicional, las publicaciones de Facebook no son de mucha utilidad, teniendo que acudir a otros recursos para obtener la información.

En el apartado de análisis de entrevista de profundidad, también se confirmó que una de las consecuencias adquiridas del uso incorrecto de las herramientas de Facebook en la cuenta de la Asamblea Legislativa, es que se dejan de lado aplicaciones o instrumentos de mucha utilidad

para generar contenido como las transmisiones en vivo o las aplicaciones de métricas para conocer la comunidad.

### **Recomendaciones**

En este apartado se presentarán los consejos recogidos tanto del análisis de contenido como de las observaciones que tuvieron los profesionales al momento de realizarles la entrevista. Estas recomendaciones van dirigidas al departamento de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa de Costa Rica quienes son los encargados de gestionar el contenido de su página de Facebook y a la Universidad Internacional de las Américas quienes son los responsables de formar profesionales con cualidades acordes a las exigencias del mercado de la comunicación digital.

Se recomienda al departamento de Prensa y Protocolo de la Asamblea Legislativa organizar un grupo multidisciplinario que evalúe la gestión de su página de Facebook. Este grupo de profesionales deberán sentarse a replantear los objetivos de comunicación y determinar las estrategias que van a dirigir para gestionar correctamente las herramientas de la aplicación de Facebook.

En el caso de la gestión de contenido, se recomienda al departamento de Prensa y Protocolo de la Asamblea Legislativa, desarrollar una nueva estrategia de comunicación para su perfil de Facebook. Se aconseja que los objetivos de esta estrategia respondan al interés de mejorar la interacción con su comunidad.

Adicionalmente, se motiva al departamento de Prensa y Protocolo de la Asamblea Legislativa, para que utilicen las herramientas de “transmisiones en vivo” y encuestas, como forma de mejorar el tráfico de usuarios por la página de Facebook.

Es esa misma línea, se recomienda disminuir en la publicación de enlaces y se aconseja mejorar la producción de contenidos propios, orgánicos de Facebook, originales y distintos a lo usual que se publica en televisión, Twitter, o YouTube.

La política como contenido es un tema que por sí solo levanta pasiones en las personas, por tal razón se recomienda generar pequeños espacios de Facebook Live para realizar entrevistas, debates, discusiones de fondo sobre reformas de ley, secciones de preguntas y respuestas (Chats o Q&A), para acercar el tema político parlamentario a los ciudadanos.

Se recomienda además, evaluar un cambio en la línea gráfica, para que sea más fresco y llamativo a la comunidad digital. De igual forma se recomienda la utilización de ilustraciones de carácter explicativo, que utilicen fotos con buena resolución y con un diseño atractivo. Esto permitirá hacer más accesible información técnica de los proyectos de ley, que a veces para los ciudadanos es difícil de comprender.

La Universidad Internacional de las Américas es un centro de enseñanza que forma profesionales en comunicación. Es por eso que se recomienda a la universidad acoger más talleres de capacitación con énfasis marketing y redes sociales. Además de mejorar su malla curricular en los grados de bachillerato y licenciatura, haciendo que estos profesionales salgan bien preparados en la correcta utilización de las herramientas de las redes sociales como Facebook.

## **CAPÍTULO VI: PROPUESTA**

Este capítulo lo que pretender es ofrecer una alternativa moderna y eficiente, que se ajuste a las exigencias de comunicación digital que requiere una organización de gobierno como la Asamblea Legislativa.

Como se expuso en el capítulo de marco teórico, Facebook dejó de ser una plataforma para exclusiva para compartir textos o fotos con los amigos o familia. Ahora, las cuentas de seguidores se han convertido en comunidades digitales que permiten a las empresas gestionar ventas, posicionar marcas o conocer mejor sus clientes, y en el caso de las organizaciones, proporciona estrategias, que sirven para generar confianza, credibilidad, prestar servicios o informar de acontecer institucional.

Esto lo argumenta Paco (2017) al decir que: “Las redes sociales, se han introducido en la vida de las personas que antes eran ajenas al fenómeno Internet. No es extraño oír hablar por la calle de Facebook y no necesariamente entre los más jóvenes” (p.69).

Así mismo, es importante recordar que la comunicación digital no pasa únicamente por lo que la gente pueda acceder desde las computadoras, sino que hoy en día la principal forma de

informarse es a través de los dispositivos móviles, haciendo de esto que las empresas u organizaciones tengan más de cerca la posibilidad de mantenerse en contacto con su público meta.

Facebook hoy es un espacio público activo, en el que la comunidad virtual conformada de jóvenes y adultos reaccionan, participan, conversan y comparten. Y eso lo apunta Carrizo (2012) al decir que:

Tomando en consideración la población más joven, Actualmente, resulta casi imposible pensar a los adolescentes sin pensar en Internet. Estos nativos digitales que aprendieron a usar la computadora incluso antes de aprender a escribir, predominan dentro del público que invade redes sociales como Facebook, un sitio muchas veces demonizado por los adultos (p.72).

Por tal motivo es que el objetivo de este apartado es realizar un manual de contenido digital, especializado para el perfil de Facebook de la Asamblea Legislativa. Lo que se busca es presentar una estrategia de comunicación en la que se coordine la correcta utilización de las herramientas de Facebook, con un contenido atractivo y dinámico para la comunidad digital, joven y adulta.

Las principales consecuencias derivadas del uso incorrecto de las herramientas de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa, fueron principalmente el poco interés de la comunidad digital en las publicaciones de esta cuenta y la poca participación de los usuarios para reaccionar, comentar o compartir las publicaciones, por lo que la finalidad de la estrategia será solventar de forma creativa para mejorar el flujo de participación y acercar el público joven y adulto al acontecer parlamentario.

## **Manual de contenido digital para el Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica**

### **Introducción**

El uso de la cuenta de Facebook de la Asamblea Legislativa como medio de comunicación para difundir los diversos acontecimientos que competen a la labor parlamentaria, tiene como finalidad ofrecer públicamente una muestra visual de los ejercicios, eventos e información que tanto de manera cotidiana, como de forma extraordinaria se llevan a cabo en el congreso.

Por lo ya mencionado y con el objetivo de llevar un flujo regulado de publicaciones en cuanto a la difusión de información, imágenes, videos, historias, transmisiones en vivo y demás herramientas, es que se presenta el manual de contenido para el Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica

### **Objetivo**

Contar con un manual digital que ayude a gestionar el contenido que se publica en el perfil de Facebook de la Asamblea Legislativa, haciendo un manejo correcto de las herramientas para alcanzar la meta activar el interés de la comunidad digital que sigue la cuenta.

### **Disposiciones generales**

#### **Proceso de elaboración de Contenido para redes sociales.**

- El contenido lo coordinará y desarrollará la oficina de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, en específico el equipo multi-disciplinario que lleve las redes sociales
- El contenido tendrá que ser elaborado con un día de anticipación de la fecha estimada a ser publicado. Lo anterior, con la excepción del contenido de carácter informativo o de carácter de urgencia que se genere día con día.
- En el caso de las imágenes, ilustraciones o videos se realizará un diseño predeterminado para ciertas publicaciones frecuentes, en el cual se permita sólo modificar el contenido y se mantenga la línea gráfica.
- Cuando el contenido provenga de un departamento distinto al de manejo de redes, por ejemplo Tv Legislativo, deberán ser contempladas las propiedades del archivo para

que no difiera el diseño al propio de Facebook. Lo ideal es que todo maneje una misma línea gráfica.

### **Proceso de publicación de contenido para redes sociales**

Una vez elaborado el contenido se continuará con el proceso de aprobación para la publicación del mismo siguiendo los siguientes pasos:

- Revisión y en su caso aprobación de los jefes de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa.
- Modificaciones y correcciones de ser necesarias.
- Autorización de publicación en el Facebook a cargo del administrador de la página.
- Preparación de la publicación en forma y tiempo, o bien para su programación anticipada.

### **Tiempo de aprobación para publicación del contenido**

El tiempo en el cual se aprobará el material digital deberá seguirse estrictamente para obtener el flujo deseado de publicación de acuerdo a las horas estimadas en que los usuarios tienden a participar más:

- Se dispone de 8 horas para la revisión y, en su caso, aprobación a cargo del jefe del departamento de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa.
- Se dispone de 8 horas para cualquier corrección o modificación del material elaborado.
- Se dispone de 8 horas para la autorización de publicación en redes sociales a cargo de la Secretaría Técnica.
- Se dispone de 8 horas para la preparación de la publicación en forma y tiempo, o bien para su programación anticipada.

**Nota:** (los mejores horarios para realizar los posteos dependerá del análisis que realice el equipo multi-disciplinario).

## **Fotografía**

Para mantener una alta calidad en las imágenes que se publicarán, estas deberán de estar disponibles en uno de los siguientes formatos: JPEG o PNG De igual forma, las imágenes deberán cumplir con las siguientes características:

- El tamaño máximo del archivo fotográfico deberá ser de hasta 5 MB.
- La resolución de la fotografía deberá ser de 72ppp/dpi como máximo.
- La dimensión de la fotografía podrá variar y podrá ser de libre tamaño si la publicación es de alguna actividad o evento, siempre y cuando esta no sea una publicación institucional y mantenga un peso máximo de 5 MB.
- Para una fotografía, la dimensión máxima de los pixeles deberá ser de 1200px de altura por 1200px de anchura, es decir que cualquiera de sus lados no sobre pase los 1200px y como mínimo los 504px de ancho.
- Para una fotografía cuadrangular, la dimensión de los pixeles deberá ser de 800px de altura por 800px de anchura.
- La fotografía para una publicación con enlace a web deberá ser de 1200px de altura por 630px de anchura.

## **Vídeos.**

El video a publicar deberá estar en uno de los siguientes formatos: .MP4 o .MOV , para su compatibilidad con la red social a publicar y deberá cumplir con las siguientes características:

- El tamaño máximo del archivo de video deberá ser de hasta 4GB.
- La duración máxima del archivo de video deberá ser de 20 minutos. Estos serán para casos específicos de reportajes o entrevistas.
- Los videos de una duración máxima de 3 minutos serán aquellos que busquen atrapar rápidamente al espectador.
- El vídeo deberá contar con la configuración recomendada por Facebook, teniendo siempre como preferencia la opción HD (si está disponible).
- Deberá contar de preferencia con una relación de aspecto de 16:9 en HDTV.
- La velocidad máxima del vídeo deberá ser de hasta 30fps (cuadros por segundo).

- La dimensión del vídeo podrá ser de 720px de altura por 1080px de anchura, siendo estrictos en lograr un aspecto (horizontal) rectangular en el video.
- La dimensión del video deberá ser de 720px (píxeles) de altura por 720px de anchura, cuando se busque lograr un aspecto cuadrangular en vídeo.
- Las propiedades del sonido del vídeo deberán ser, preferentemente, de 44,100 Hz (44.1 kHz).
- En caso de incluir textos, no deberá exceder de los 90 caracteres.

## **Ilustraciones**

El objetivo de las ilustraciones es dar un sentido de carácter explicativo, por lo que la información debe ser clara concisa y comprimir en pocas palabras la explicaciones que se quiere dar.

Si la ilustración hace referencias a un proyecto de ley o a una votación de plenario, estas deberán ser acompañadas de una fotografía acorde al texto.

## **Tipo de publicación**

Existirán distintos tipos de publicaciones, por lo cual es importante distinguir unas de otras de la siguiente manera:

- **Publicación informativa cotidiana:** Aquella publicación que busca informar un mensaje de manera directa, clara y acompañada de cualquier formato audiovisual y podrá ser generada día con día dependiendo de las actividades de los diputados en el plenario y comisiones legislativas.
- **Publicación informativo específica:** Aquella publicación que busca informar un mensaje de manera directa, clara y acompañada de cualquier formato audiovisual y podrá ser generada de forma particular dependiendo de las funciones que tienen los diputados de la República.
- **Publicación de fotografía:** Aquella publicación en la que se comparte una o más fotografías con el fin de promocionar algún suceso que ha sido capturado en imágenes. (presentación de proyectos de ley, dictámenes, o votaciones, etc.).

- **Publicación de imágenes con diseño:** Aquella publicación que a través de un diseño creativo, ya sea sencillo o elaborado, se comparte un mensaje conciso y que busca impactar a la audiencia.
- **Publicación de enlaces a páginas web:** Aquella publicación de una imagen que busca provocar la atención del receptor para que el mismo se interese en visitar la web de la Asamblea Legislativa [www.asamblea.go.cr](http://www.asamblea.go.cr).
- **Publicación de video:** Aquella publicación que se hace a través de un video y busca informar o bien mostrar algún evento, suceso o material que atraiga la atención de la audiencia.
- **Publicación de promoción:** Aquella publicación en la cual se busca promocionar o publicitar algún evento o suceso. Ejemplo: Entrevistas, debates, o transmisiones en vivo.
- **Transmisiones en vivo:** Son publicaciones en tiempo real, las cuales permiten a través de la imagen y sonido conversar tanto con uno o varios invitados, como con la audiencia.
- **Historias:** Es una aplicación dentro de la página de Facebook que permite publicar fotografías o encuestas que la gente puede ver por 24 horas, posterior a eso se borran automáticamente.

### **Transmisiones en vivo**

Según el horario determinado por el equipo multi-disciplinario, se destinarán las horas más adecuadas para realizar Facebook Live. El objetivo de las transmisiones será presentarle al público un contenido diferenciado al que se está observando en el canal de televisión o en el YouTube.

El departamento de Prensa y Protocolo dispondrá de un periodista que realice estas transmisiones, además de que se utilizará como equipo de trabajo una de las cámaras disponibles en la Asamblea Legislativa.

Por semana se transmitirán dos entrevistas y dos debates reglados para que se hablen de los proyectos de ley que se estén estudiando o votando en esa semana, además

de que se programarán dos chats en vivo de preguntas y respuestas sobre temas previamente seleccionados por la audiencia. Las entrevistas, debates y chats serán promocionados con antelación para asegurarse de una mayor respuesta por parte de la comunidad.

Las transmisiones en vivo serán debidamente programadas de acuerdo con los horarios más convenientes, lo anterior con la excepción de abrir una la posibilidad de transmitir al momento de que suceda algo inesperado, sobre todo en casos de aprobación o discusión de proyectos de ley trascendentales para el país.

Para la correcta utilización de estas herramientas es importante dejar claras algunas Recomendaciones:

- Se recomienda utilizar un Internet con un ancho de banda suficiente que permita que no se caiga la transmisión.
- Todas las transmisiones en vivo se realizarán en espacios de buena luz, y con posibilidad de controlar el ruido externo.
- En todos los casos se recomienda las utilizations de micrófonos unidireccionales para evitar el ruido ambiente.

## **Historias**

Las historias de Facebook es en estos momentos la principal herramienta para gestionar contenido visual. La aplicación permite que se suban fotografías que durarán expuestas por 24 horas y luego se borran automáticamente.

Con la debida aprobación del jefe de prensa y protocolo de la Asamblea Legislativa, deberá publicarse 5 historias diarias. La gente desea sentirse dentro de la Asamblea Legislativa, les llama la atención que es lo que sucede a los interno de los corrillos legislativos, esto no solo con los diputados, sino que también con los colaboradores, invitados y público general.

Las fotografías compartidas serán más de entretenimiento, para llamar la atención o para publicitar eventos o foros de los diputados, así como para promocionar las mismas transmisiones en vivo que se programen para esa semana.

**Nota:** Las historias de Facebook tendrán la misma seriedad que el resto de las publicaciones que realiza la Asamblea Legislativa en sus medios de comunicación. Solo que en este caso se utilizará la imaginación y la creatividad para que por medio de fotografías la gente se pueda sentir más cerca de sus diputados. Y se pueda conocer visualmente qué es lo que ocurre en el día a día de la Asamblea Legislativa. Será una tarea de acercar la institución a los ciudadanos que siguen la página.

Finalmente, este manual fue hecho bajo los criterios profesionales que representan esta investigación, por lo cual cuenta con un proceso previo de análisis y estudio, el cual respalda lo sustentado por el mismo.

Se considera una guía eficaz para gestión del contenido de la página de Facebook de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, la cual busca combatir el problema del uso incorrecto de sus herramientas y por ende, sus consecuencias.

## REFERENCIAS

Álvarez, G. (2015). Guía Metodológica para la elaboración de proyectos de Investigación. México D.F.

Barrantes, R. (2016) Investigación: un camino al conocimiento Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto Costa Rica: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.

Behar, D. (2013). Metodología de la Investigación. 2a ed. Colombia: Ed Shalom.

Berlanga, I (2010), Ciberlenguaje y principios de la retórica clásica. Redes sociales... Editorial Red Enlace.

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. 3a ed. Colombia: Ed. Pearson

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V. [Versión PDF]

Recuperado de:  
<https://www.dropbox.com/s/glt6etb09elj2qo/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%20ULTIMA%20EDICION.pdf?dl=0>

Burgueño, J. (2014). Comunicación institucional para periodistas: manual práctico de comunicación y relaciones públicas. España. Editorial UOC.

Cardoso, G. (2009). Los medios de comunicación en la red.... Editorial UOC.

Carrizo, M. (2012) Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes, recuperado de:  
[http://di.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo\\_mercedes.pdf](http://di.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo_mercedes.pdf)

Bhaskar, M. (2014). La máquina de contenido: hacia una teoría de la educación desde la imprenta hasta la red digital.... Editorial FCR – Fondo de Cultura Económica.

Castillo, A Almanza, A (2015) Redes sociales y juventud: Uso de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia. España.

Catanzariti, L. (2018). Taller de comunicación institucional y comunitaria.... Editorial Maipue.

Gálvez, I (2015). Facebook para empresas y emprendedores. ... Editorial IC

González, A (2014) Identidad social y el uso de Facebook: su identidad con el autoestima y el disfrute de esa red en estudiantes universitarios. Costa Rica.

Gonzalez, W (2015) Propuesta de gestión de la comunicación interna por medio de redes sociales para medianas empresas del sector tecnología en Costa Rica. Costa Rica.

León, S. (2016). La psicoterapia en tiempos de Facebook. ... Editorial RIL editores.

Mejía, V (2015) Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes del cantón de Yaguachi. Ecuador.

Meso, K (2006). La formación del periodista digital..... Editorial Red Recista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI.

Sánchez, P. (2011). Virtualidad y creatividad escultórica. España. Editorial Universidad Complutense de Madrid.

Noguera, M. (2012), Redes y Periodismo... Editorial UOC.

Ortega, M. y Galhardi, C (2013) propuesta metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de televisión en Brasil: análisis de un caso práctico en el estado de Sao Paulo, recuperado de: [file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-PropuestaMetodologicaParaElAnalisisDeContenidoDeLa-4228799%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-PropuestaMetodologicaParaElAnalisisDeContenidoDeLa-4228799%20(1).pdf)

Paco, F (2017) La Red social Facebook y su incidencia con la trata y tráfico, recuperado de: <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11741/TG-3936.pdf?sequence=1>

Pérez, V. (2009). El político en la red social... Editorial ECU.

Plaza, A. (2009). Facebook para aburridos..... editorial ECU.

Prato, L. (2010). Aplicaciones Web 2.0..... Editorial Eduvim – Editorial Universitaria Villa María.

Ramírez, Z (2010) Análisis de la percepción de los usuarios de redes sociales del Gran Área Metropolitana con edades entre los 15 y 35 años con respecto a las campañas virales en Facebook y desarrollo de una estrategia de comunicación para el sector servicios privados. Costa Rica.

Ramírez, C (2013) Manejo idóneo de perfiles de Facebook, casos: La República y El Financiero. Costa Rica.

Sabino, C. (2010). El proceso de Investigación. 2a ed. Caracas: Ed. Panapo.

Sánchez Villalta, Gerardo. (2009). Orientaciones metodológicas para tesis de grado. Ediciones Tayutic. Turrialba, Costa Rica.

Solano, A (2011) Migración de la tv analógica a la digital: aproximación diagnóstica en estudiantes universitarios del Centro del Área Metropolitana. Costa Rica.

Tamayo, M. (2013). El proceso de Investigación Científica. 4ta ed. México D. F. Limusa.

Sierra, J y Liberal, S (2018), Uso y aplicaciones de las redes sociales en el mundo audiovisual y publicitario. España. Editorial McGraw-Hill España

Valverde, V (2012) El uso de la infografía periodística digital como recurso para la circulación de noticias en la Red Social Facebook. Costa Rica.

Valverde, E (2013) Diagnóstico de la eficiencia de la comunicación entre la Municipalidad de Moravia y los ciudadanos del cantón, por medio de la herramienta Facebook, junio a agosto 2013.

Vayas, E. (2017). Mediaciones de las prácticas comunicativas y la producción de respuestas identitarias de los adolescentes salasakas en Facebook..... Editorial Universitaria.

Winocur, R y Sánchez, A. (2015). Redes Sociodigitales en México. México. Editorial FCE – Fondo de Cultura Económica.

Zabaleta, R. Zúñiga, P. Cantillo, L (2015) Uso de la Red Social Facebook en la política cartagenera, basado en modelo de la recepción selectiva. Colombia.

Zeler, I (2018) Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina. España.

## APÉNDICES

En este apartado del trabajo se presentan los apéndices correspondientes a la investigación, los cuales serán presentados a continuación.

### **Apéndice A: preguntas entrevista de profundidad**

1. ¿Cómo afectaría a la Asamblea Legislativa de Costa Rica el uso incorrecto de Las herramientas de la red social Facebook?
2. ¿Por qué a la Asamblea Legislativa de Costa Rica debe importarle la Comunicación a través de su página de Facebook?
3. ¿Qué beneficios se obtendrían de una mayor interacción con la comunidad de la página de la Asamblea Legislativa de Costa Rica?
4. ¿Qué criterio le merece que las encuestas y Facebook Live sean herramientas idóneas para generar mayor interacción con la comunidad?
5. ¿Por qué es importante la creatividad en la comunicación de la Asamblea Legislativa de Costa Rica a través de su página de Facebook?
6. ¿Qué papel juegan las imágenes y el video en las publicaciones de Facebook, para llamar la atención de la comunidad?
7. ¿Cómo se pueden realizar publicaciones de contenido atractivo para la comunidad, con un tema formal como lo es la política parlamentaria?
8. ¿Cuál es el aporte que le daría a la Asamblea Legislativa de Costa Rica el uso de herramienta de las encuestas de Facebook?
9. ¿Por qué es importante que los periodistas de la Asamblea Legislativa de

Costa Rica sepan usar correctamente las herramientas de Facebook?

10. ¿Qué opinión le merece que la Asamblea Legislativa de Costa Rica tenga un departamento de profesionales en comunicación especializado en redes sociales?

11. ¿Qué recomendaciones da para que el Facebook de la Asamblea Legislativa tenga una mayor interacción con su comunidad y para que aumentes sus seguidores?