

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

ESCUELA DE PERIODISMO

**COBERTURA DE LA SEGUNDA RONDA DE LA CAMPAÑA
ELECTORAL 2018 EN EL MEDIO IMPRESO SEMANARIO
UNIVERSIDAD**

TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN PERIODISMO

TATIANA STEELE PÉREZ

TUTOR:

ERICK JIMENEZ VALVERDE

SEDE ARANJUEZ , JULIO, 2018

Dedicatoria

Primeramente a Dios, por darme las fortalezas para nunca rendirme en todo el proceso de mi carrera.

A mí madre, por su esfuerzo y dedicación por nunca desfallecer y terminar sus estudios, ser una profesional exitosa y luchar por darnos un mejor futuro, por inculcarme valores y brindarme consejos para ser una mejor persona.

A mi hija Ashley, por convertirse en un impulso para superarme, por ser el motor que me ayudó a exigirme al máximo, porque gracias a ella no importaban los desvelos ni los sacrificios, siempre con el fin de brindarle un futuro estable.

A mi hermano Jeffrey Steele, por permanecer siempre a mi lado y ayudarme en cada momento por sus palabras de aliento y su confianza en mi labor.

Por último pero no menos importante, a José R. Ovaes por ayudarme a tomar la decisión de estudiar periodismo, confiar en mi potencial e impulsarme cada cuatrimestre para ser la mejor.

Agradecimiento

Mi más profundo y sincero agradecimiento a:

A Ramiro Núñez Roldán, Director de la carrera de periodismo, por su ayuda en la finalización de mis labores universitarias.

A Wilson Rojas Herrera, profesor y coordinador de investigación quien nos transmitió los conocimientos para el desarrollo de la investigación.

A Erick Jiménez, por su colaboración, confianza, respaldo y atención como tutor durante la investigación.

Agradezco a Juan Diego López, Javier Córdoba y Daniel Calvo les retribuyo el tiempo y ayuda que me brindaron en cada una de las entrevistas y el material necesario para llevar a cabo esta investigación.

Asimismo, agradezco a quienes de manera directa e indirectamente estuvieron involucrados con el proceso.

Tabla de contenido

Tribunal Examinador	¡Error! Marcador no definido.
Código de Ética	¡Error! Marcador no definido.
Carta de Tutor	¡Error! Marcador no definido.
Carta de Lector	¡Error! Marcador no definido.
Carta del Director	¡Error! Marcador no definido.
Carta Filólogo.....	¡Error! Marcador no definido.
Declaración Jurada	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	14
Agradecimiento	15
Resumen Ejecutivo.....	19
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	20
Planteamiento del Problema	20
Objetivo general	21
Objetivos específicos	21
Justificación.....	22
Antecedentes	23
Detalle de resultados de la primera campaña	26
Investigaciones Internacionales.....	31
Investigaciones Nacionales	36
Proyecciones	38
Limitaciones	39
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	40
La teoría de la aguja hipodérmica	43
La teoría del framing	46
El Gatekeeper	49
Teoría de Cultivo.....	63
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	65
Conceptos Claves en la Investigación Cualitativa	66
Diseño	69
Muestra y población	72
Variables.....	76

	17
Instrumentos	77
Entrevista de Profundidad	77
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	80
Análisis de contenido	80
Referente Institucional	86
Semanaario Universidad	86
Misión	88
Visión.....	88
Objetivos	88
Método de análisis de resultados.....	89
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	90
Análisis de contenido del Periódico impreso Semanario Universidad	90
Semana del 7de Febrero al 13 de Febrero	90
Semana del 14 al 20 de febrero	93
Semana del 21 de febrero al 27 de febrero	98
Semana del 28 de febrero al 06 de marzo	99
Semana del 07 al 13 de Marzo	102
Semana del 14 de Marzo al 20 de Marzo	104
Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo.....	106
Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril.....	108
Entrevistas de Profundidad.....	110
Semanario Universidad:	110
Partido de restauración Nacional (PRN)	113
Partido Acción Ciudadana (PAC)	116
Politólogo	118
Perfil de los electores	119
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
Conclusión sobre las temáticas	122
Conclusión sobre las fuentes y el espacio	124
Conclusión sobre el Enfoque.....	126
Conclusión General.....	128
Recomendaciones Para el Semanario Universidad	129

Recomendaciones para la Universidad Internacional de las Américas, personal docente y estudiantil	130
Recomendaciones al Partido Acción Ciudadana PAC	131
Recomendaciones al Partido Restauración Nacional PRN	131
REFERENCIAS	132
APÉNDICES	140
Apéndice #1 Entrevista Partido Restauración nacional (PRN)	140
Apéndice #2 Transcripción de la entrevista PRN	140
Apéndice #3 Entrevista Partido Acción Ciudadana (PAC)	143
Apéndice #4 Entrevista Semanario Universidad	144
Apéndice #6 Transcripción de entrevista Semanario Universidad	144
TABLA # 1	148

Resumen Ejecutivo

La presente tesis consiste en la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en el medio impreso Semanario Universidad, en la cual el objetivo central es examinar la cobertura política que se dio durante los meses de febrero y marzo.

Se inicia con antecedentes aportando la historia del sufragio Costarricense, a su vez se menciona el Tribunal Supremo de Elecciones y sus funciones a nivel electoral, adicional se aportan datos de los casos de segundas rondas electorales que se presentaron en Costa Rica.

La investigación utiliza teorías para fundamentarse como es el caso de la Agenda Setting, la Aguja Hipodérmica, la teoría Framing y la teoría de Cultivo.

Se realizaron entrevistas de profundidad para obtener el punto de vista de las personas involucradas de los partidos políticos en contienda electoral de la segunda ronda así como del director de redacción del medio en análisis.

Se presenta el análisis realizado por un politólogo sobre las declaraciones del Partido Restauración Nacional (PRN) y El Semanario Universidad, así como de sus conclusiones sobre la investigación.

Se presenta un análisis de contenido con las noticias del medio entre las fechas del 07 de Febrero al 03 de Abril 2018 en las 8 ediciones impresas, en las áreas de espacio, temática, fuentes y enfoque.

La tesis consta de cinco capítulos que hacen referencia a los distintos objetivos planteados para la investigación Introducción, Marco de Referencia, Marco Metodológico, análisis de resultado y finalmente se citan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad examinar la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 que se dio en Costa Rica específicamente en el medio impreso Semanario Universidad, que responde a 8 periódicos que se difundieron entre los meses de Febrero y Marzo.

Es por esta razón que se estudiarán las principales temáticas que estuvieron presentes en las noticias publicadas por Semanario Universidad sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica, con el fin de entender en que motivaron su inclusión en la agenda informativa del medio.

También se realizará un análisis de las fuentes que fueron utilizadas para la creación de sus publicaciones y además se valorará el espacio designado por Semanario Universidad a las noticias para saber si existió algún tipo de favoritismo hacia algún candidato.

Todo esto para finalmente lograr determinar el tipo de enfoque que fue utilizado por Semanario Universidad en el tratamiento de las noticias, mediante la calificación de la inclinación en las notas divulgadas hacia los candidatos ya sea a favor o en contra, también se realizará una comparación del espacio que se designó en las notas de los candidatos siempre con la finalidad de analizar cómo fue su trabajo periodístico y demostrar si este llegó a influir en el votante.

Planteamiento del Problema

Durante la segunda ronda electoral de Costa Rica 2018, el periódico Semanario universidad en su edición impresa dio cobertura al tema electoral por lo que surgen las interrogantes sobre ¿Tenía alguna inclinación a favor o en contra de algún candidato presidencial?

Se busca conocer si la cobertura periodística de la segunda ronda electoral en el Semanario Universidad durante los meses de febrero y marzo de 2018 fue equilibrada en cuanto al enfoque, tratamiento de fuentes, temáticas y espacios.

Se estudiarán las principales temáticas que motivaron la agenda informativa que se llevó a cabo en las noticias publicadas para considerar si ¿Las notas sobre los candidatos eran objetivas?

El espacio que se le designaba a cada partido político en cuanto a publicaciones llámese primera plana, media página, una sección completa o una cuartilla, también será evaluado para contrastar si ¿Existió algún favoritismo en el espacio designado de las publicaciones en relación con algún candidato?

Se finaliza determinando el tipo de enfoque que utilizó Semanario Universidad para el tratamiento de las noticias sobre la segunda ronda electoral de Costa Rica bajo la interrogante de ¿Qué tipos de enfoques se manejaban?

Se pretende por medio de todas las respuestas demostrar si existió alguna inclinación del Semanario Universidad, con alguno de los dos candidatos presidenciales de la Segunda Ronda Electoral.

Objetivo general

Examinar la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en Costa Rica en el medio Semanario Universidad durante los meses de febrero y marzo.

Objetivos específicos

- Estudiar las principales temáticas presentes en las noticias publicadas por Semanario Universidad sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica que motivaron su inclusión en la agenda informativa.
- Analizar las fuentes utilizadas y el espacio designado por Semanario Universidad a las noticias sobre la segunda ronda electoral.

- Determinar el tipo de enfoque utilizado por Semanario Universidad para el tratamiento de las noticias sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica.

Justificación

La investigación servirá para examinar la cobertura del periódico Semanario Universidad durante la segunda ronda electoral 2018 en Costa Rica en su edición impresa, se buscará entender por medio del análisis la manera en que el medio desempeñó su trabajo, así como su labor periodística a nivel de enfoque, espacio, temática y fuentes.

Es conveniente porque ayudará a comprender mediante el estudio del ejemplar físico las principales temáticas que motivaron al medio para ser publicadas y esto brindará la información pertinente para saber si de alguna u otra forma se violentó el principio de objetividad periodística como lo señala González (2008) donde explica que:

La objetividad periodística ha sido abordada desde dos ángulos: el epistemológico, según el cual el periodista debe y puede limitarse a reflejar fielmente los hechos sin interferencias subjetivas; y el ético, interpretada como un ideal imposible o muy difícil de alcanzar, pero por el cual vale la pena luchar dada su función reguladora de la actividad periodística (párr.8).

Por lo que se podría entender si el medio se dejó llevar por el ángulo epistemológico o el ético. Analizar las fuentes que utilizó el periódico será de gran importancia para valorar si utilizaban sólo una persona, o si por el contrario contaban con varias que les aportarían informaciones sin ninguna intención de favorecer o afectar a los candidatos presidenciales.

El espacio asignado para las notas también es fundamental en el análisis, ya que de manera visual se lograría señalar que en cierto candidato se vio un favoritismo, pues sus publicaciones eran más extensas, con muchas fotografías de respaldo e incluso al compararlas con las del opositor, no se asemejan ni en su diseño gráfico.

López (1996) citando a Cohen menciona que: “puede ser que (la prensa) no tenga éxito la mayor parte de las veces en decirle a la gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente al decirles a los lectores *sobre* qué pensar” (párr.1).

Ciertamente, la prensa de manera específica no les dirá a las personas qué pensar, pero sus publicaciones y la manera en que tratan los temas de las noticias sí influye en gran manera, porque de acuerdo a los datos y la información que brinden será el fundamento del lector.

Determinar el tipo de enfoque de las publicaciones ayudará a entender si afectaron o no al votante, ya que si se utilizaron términos de menosprecio o por el contrario exaltación cabe la posibilidad de haber producido en el lector un cambio en su pensar.

Se considera que los medios de comunicación transmiten información fidedigna y no manipulan, es por lo que se analizará si algunas notas tenían una inclinación hacia algún candidato y el contraste entre la cantidad de noticias que se hicieron de cada uno de ellos.

Se busca determinar si existió una desigualdad y de esta manera por consiguiente demostrar si el Semanario Universidad tenía alguna preferencia por algún partido y dejó de lado la objetividad periodística manipulando la opinión.

Antecedentes

El sufragio en Costa Rica llegó a convertirse en la puerta de la democracia donde cientos de ticos empezaron hacer valer sus principios y alzar la voz de manera pacífica por medio del voto.

Resulta incuestionable que una de las mayores conquistas políticas realizadas por nuestros líderes de antaño, fue el reconocimiento del sufragio como mecanismo de garantía para la elección de los gobernantes.

De esta manera se entiende según la Constitución Política (1949) que: “El sufragio es función cívica primordial y obligatoria y se ejerce ante Juntas Electorales en votación directa y secreta, por los ciudadanos inscritos en el Registro Civil.” Artículo 93.

El Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), (2010) establece que

“Fue con la Constitución de Cádiz de 1812 que el país se organizó electoralmente al realizarse las primeras elecciones en Costa Rica, con el objetivo de seleccionar a un representante ante la Corte de Cádiz, siendo

electo el padre Florencio Del Castillo, que tanta fama le dio a nuestro país y a Centroamérica” (párr.1).

Las primeras elecciones en el país se convirtieron en la puerta a la democracia, que ha permitido que en Costa Rica se ejerza un sufragio con transparencia como se menciona en La Constitución Política de Costa Rica,(1949) en su artículo 99 dice que:

El Tribunal Supremo de Elecciones es: La organización, dirección y vigilancia de los actos relativos al sufragio, corresponden en forma exclusiva al Tribunal Supremo de Elecciones, el cual goza de independencia en el desempeño de su cometido. Del Tribunal dependen los demás organismos electorales.

El Tribunal es supremo por lo que no tiene dependencia con ningún partido y mucho menos algún poder del estado, el TSE nació con la Constitución Política, el 7 de Noviembre de 1949, se encarga de la organización y supervisión de las elecciones de Costa Rica.

Cuando no es época electoral se encarga de la entrega de cédulas de identidad, temas de inscripción de nacimientos y civiles entre otras cosas.

Según el artículo 131 Constitución Política (1949) En Costa Rica para ejercer la función de presidente se deben cumplir con ciertos requisitos:

- Ser costarricense por nacimiento
- Ciudadano en ejercicio
- Ser del estado seglar
- Ser mayor de treinta años.

Por lo que al cumplir con dichos requisitos un costarricense podría postularse y mediante un partido político dar a conocer su plan de gobierno, además según la Constitución Política (1949) artículo 134 su mandato únicamente sería por un período de cuatro años:

Los actos de los funcionarios públicos y de los particulares que violen el principio de alternabilidad en el ejercicio de la Presidencia, o el de la libre

sucesión presidencial, consagrados por esta Constitución, implicarán traición a la República. La responsabilidad derivada de tales actos será imprescriptible.

De esta manera se dispone a mantener un continuo cambio de la persona que ejerce el poder en el país, permitiendo una democracia de igual manera a la hora de ejercer el voto, se considera que debe existir un % que designe un ganador

El Lic. Jiménez Oreamuno que estuvo en tres ocasiones como presidente de Costa Rica por última vez en el año 1936 y según lo indica el Tribunal Supremo de Elecciones (2010), “se da un gran aporte a nuestro sistema electoral, al estipular un porcentaje mínimo de un 40% de votos válidos emitidos a favor de un partido para ganar las elecciones” (párr.7).

Las elecciones se efectúan cada cuatro años y siempre se realizan el primer domingo de febrero, es este día donde de manera libre e independiente se elige el Presidente y los Vicepresidentes de la República.

Es necesaria una mayoría de al menos el 40% del número total de votos válidos, en caso contrario que ninguno de los partidos alcance ese porcentaje, se procede a realizar una segunda elección, que se llevaría a cabo el primer domingo de abril del mismo año, entre los dos partidos que recibieron más votos.

Esta situación de segunda ronda solo se ha presentado tres veces en Costa Rica en los años 2002 ,2014 y 2018.

Solano (2014) en ese entonces con el candidato del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), Abel Pacheco obtuvo 38,5%; el de Liberación Nacional, Rolando Araya Monge obtuvo 30,96% en tercer lugar estuvo el Partido Acción Ciudadana 26,32%. En aquella ocasión al llegar la segunda ronda, el 7 de abril del 2002, el ganador fue Abel Pacheco (párr.7).

También se repitió este hecho en el 2014 pero en esta ocasión el Partido Acción Ciudadana con el candidato Luis Guillermo Solís y Johnny Araya por Liberación Nacional.

Detalle de resultados de la primera campaña

La primera vuelta electoral se celebró el pasado 4 de febrero entre 13 partidos políticos, con un total de participación del 65,66% y un abstencionismo de 34,34% el resultado de esas elecciones que permitió seguir a una segunda ronda se muestra en el siguiente cuadro, creado con base en los datos del sitio web del Tribunal Supremo De Elecciones con el corte # 13- lunes, 5 de febrero de 2018, 12:00 p.m.

Partido político	Votos	%
RESTAURACIÓN NACIONAL	505.214	24,91%
ACCIÓN CIUDADANA	439.388	21,66%
LIBERACIÓN NACIONAL	377.688	18,62%
UNIDAD SOCIAL CRISTIANA	324.904	16,02%
INTEGRACIÓN NACIONAL	193.079	9,52%
REPUBLICANO SOCIALCRISTIANO	100.316	4,95%
MOVIMIENTO LIBERTARIO	20.621	1,02%
FRENTE AMPLIO	15.937	0,79%
NUEVA GENERACIÓN	15.415	0,76%
ALIANZA DEMÓCRATA CRISTIANA	12.034	0,59%
RENOVACIÓN COSTARRICENSE	11.978	0,59%
ACCESIBILIDAD SIN EXCLUSIÓN	7.776	0,38%
DE LOS TRABAJADORES	4.060	0,20%
Juntas Procesadas	6.218	
Juntas faltantes	394	
Votos recibidos	2.055	
Votos válidos	2.028	
Nulos y blancos	26.292	
% Participación	65,66%	
% Abstencionismo	34,34%	

Fuente: creación Propia basaba en información de sitio web del TSE

La investigación se basará en analizar la segunda ronda que se da en el 2018 y por consiguiente la tercera en la historia de nuestro país, donde Restauración Nacional (PRN) y Partido Acción Ciudadana (PAC) buscaban el mandato presidencial.

Según el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE),(2018) “Restauración nacional se podría ver como un partido nuevo, basado en que su inscripción se dio el 05/02/2005”.

Fabricio Alvarado Muñoz representante del partido Restauración Nacional tiene 43 años, es vecino de Desamparados, es periodista además de productor de radio y televisión Restauración Nacional (PRN)(2018) “Fabricio -que no se define como político sino como un costarricense más que quiere marcar la diferencia-, aspira a ser el Presidente del pueblo para llevarle bienestar a todos según su necesidad” (párr.1).

Según el artículo 7 de la Normativa Estatutos, Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) (2018):

El objetivo esencial del Partido Restauración Nacional es la defensa de la dignidad inherente a la persona humana, cualidad establecida en los principios éticos cristianos fundamentales, definidos por Dios en la Biblia, lo cual implica el fortalecimiento de la igualdad, libertad, solidaridad y justicia social, sobre la base de la democracia, como forma básica de convivencia social y política.

En la campaña de Restauración Nacional siempre se destacaron sus valores y creencias cristianas, sobre el Partido Acción Ciudadana ya se conocía un poco considerando que venía de ganar las elecciones anteriores (también en una segunda ronda).

Se fundó 5 años antes que Restauración Nacional, por lo que podemos verlo como un partido consolidado e identificado no sólo por ganar las elecciones (2014 -2018) sino por su labor de gobierno.

Sobre el candidato Carlos Alvarado se destaca que también es periodista, se graduó de la Universidad de Costa Rica en 2008, como su sitio web de campaña plantea que Carlos siempre ha sido (del)PAC, pero en el año 2004, comenzó a trabajar con la Fracción legislativa como encargado de prensa.

En el 2006, fue jefe de despacho del diputado Alberto Salom Echeverría y en el 2009, trabajó como asesor para la campaña presidencial de Ottón Solís Fallas, hasta el 2014, cuando el Presidente de ese mandato Luis Guillermo Solís le dio el cargo de Ministro de Desarrollo Humano e Inclusión Social.

Según el artículo 5, Normativa Estatutos, (2018) Tribunal Supremo de Elecciones (TSE):

El objetivo esencial del Partido Acción Ciudadana es el desarrollo de la democracia, la defensa de la libertad y la promoción de la justicia y del bien común, para mantener un clima de paz y propiciar el desarrollo armónico del país en todos los ámbitos. Con tal fin, promoverá la participación efectiva de las y los costarricenses en la conducción y vigilancia de los asuntos públicos mediante el ejercicio pleno de los derechos democráticos (p.3).

Así se destacó en las declaraciones del candidato durante la campaña, donde hacía un llamado a la democracia y a ejercer un voto responsable.

Un antecedente que marca la segunda ronda electoral fue la declaratoria de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) quienes, a raíz de una consulta del gobierno de Luis Guillermo Solís, ordenaron a Costa Rica garantizarles a las parejas del mismo sexo todos los derechos existentes en la legislación, incluido el derecho al matrimonio.

Chinchilla, Cambroner (2018)La Nación menciona que :

El Estado debe reconocer y garantizar todos los derechos que se deriven de un vínculo familiar entre personas del mismo sexo de conformidad con lo establecido en los artículos 11.2 y 17.1 de la Convención Americana de

Derechos Humanos y en los términos establecidos en los párrafos a 200 a 218 (párr.4).

A raíz de la decisión de la Corte Interamericana de Derechos, el periodista José Quirós Gallegos del medio digital el mundo.cr, le realizó una consulta a la entonces Candidata a la vicepresidencia del Partido Acción Ciudadana sobre si fue un error o no por parte del gobierno el haber presentado el caso sobre el matrimonio igualitario, en medio de una campaña electoral a lo que Epsy Campbell aseguró que de no haberse dado una respuesta de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH), sobre el matrimonio igualitario, Fabricio Alvarado no estaría disfrutando las mieles de una segunda ronda electoral.

Quirós (2018) citando a Campbell menciona:

Durante la campaña el debate se ha centrado en una discusión sobre principios y valores, que hoy tiene incluso dividido al país en dos, y no sobre temas nacionales.

Para nadie es un secreto que la sentencia de la Corte dividió al país en dos, si no existiera esa respuesta en segunda ronda no estaría Fabricio Alvarado. Aquí no nos vamos a engañar, porque evidentemente es así (párr. 3 y 4).

En relación con la declaración de Campbell sobre la división de principios se debe a que Fabricio Alvarado antes de ser candidato presidencial fue predicador por lo que su campaña se vio criticada, pero el tema de religión no es la primera vez que está en el banquillo sino que según menciona Molina (2018):

En 1894, el Partido Unión Católica (PUC), que se proponía derogar las reformas liberales aprobadas unos años antes y restablecer el reino de “Nuestro Señor Jesucristo”, obtuvo entre el 48 % y el 51 % de los votos populares y quedó en una posición favorable para elegir al próximo presidente de la República (párr. 1).

Pero en ese caso según Molina menciona: el gobierno de José Joaquín Rodríguez (1890-1894) anuló las votaciones en algunos distritos donde el Partido Unión Católica PUC había obtenido mayoría, fue por esa razón que se produjo una rebelión comandada por varios líderes católicos.

Molina (2018) “Tras sofocar las revueltas, las autoridades aseguraron el triunfo de Rafael Iglesias, secretario de Guerra, Gobernación, Policía y Fomento, y yerno de Rodríguez” (párr. 2).

Desde esa fecha han pasado 124 años desde la derrota del PUC por medio del fraude, en donde la religión ha vuelto a ser la protagonista en una contienda electoral.

En esas fechas no se contaba con tecnología que brindara un resultado aproximado a lo que podría arrojar el escrutinio, pero hoy en día, las encuestas se han vuelto parte del ámbito electoral, tal fue el caso de Opol (Consultores Opinión Política) quienes realizaron análisis de datos entre los partidos involucrados.

Pero durante la segunda ronda todos los resultados de OPol colocaban a Fabricio Alvarado muy por encima de su contrincante Carlos Alvarado, pero el conteo final determinó completamente lo opuesto:

La Segunda vuelta para elegir presidente se llevó a cabo el 01 de Abril, 2018 y los resultados que arrojó el corte #8 al 12 de Abril de 2018, 11:38 a m son los siguientes:

Partido político	Votos	%
ACCIÓN CIUDADANA	1.323	60,59%
RESTAURACIÓN NACIONAL	860.388	39,41%
Juntas Procesadas	6.612	
Juntas faltantes	0	
Votos recibidos	2.208	
Votos válidos	2.183	
Nulos y blancos	24.260	
% Participación	66,45%	
% Abstencionismo	33,55%	

Fuente: elaboración propia con los datos de la página web del TSE

A raíz de esto Mauricio Muñoz, gerente de la empresa LA REPÚBLICA, aceptó que la encuestadora OPOL no logró medir con completa precisión los resultados electorales de la segunda ronda

Arrieta (2018) citando a Muñoz menciona:

“Claramente fallamos sin ninguna excusa; no obstante, es importante hacer un análisis en frío de por ¿qué nosotros, la UCR y CID Gallup erramos en los resultados? Pienso que actores externos como el apoyo de algunos medios de comunicación a un candidato, el tema religioso y la volatilidad incidieron y nada de eso pudo ser medido al final del proceso electoral por la veda.

Investigaciones Internacionales

En esta sección, se da tratamiento a los estudios elaborados de forma internacional con relación al tratamiento que la prensa le da a las noticias electorales y sus posibles influencias en la población lectora.

Paniagua (2003) en su tesis doctoral titulada: Comunicación Política Electoral Elecciones autonómicas de Andalucía en 2000, menciona que “el profesional de la Comunicación Política es el fruto de la nueva situación en la que se encuentra el mundo de la política, donde predomina la comunicación y las apariciones en los medios de comunicación” (p.196).

Es por este motivo y a través del uso de la tecnología, que la comunicación y la política han llegado a relacionarse y generar un impacto, de manera que el ambiente periodístico cumple la función de puente informativo y según sea su contenido, puede transmitir aspectos positivos o negativos de las noticias a tratar.

Paniagua (2003) citando a Panebianco (1982)“La profesionalización constituye el rasgo distintivo del cambio organizativo que están experimentando hoy los partidos políticos e implica una reducción del peso de las viejas burocracias y una inflación de los órganos de staff” (p.197).

De manera que estos profesionales deben poseer ciertas competencias que le brinden poder de decisión en la estrategia de la campaña, en los casos que el asesor o profesional de la Comunicación Política es externo a la organización, cambia por completo la manera en que resuelve los problemas y ofrece sus servicios porque puede relacionarse con varios clientes sin estar comprometido a un color político.

Entre las competencias profesionales de la Comunicación Política Paniagua (2003) destaca:

- Análisis y control de las encuestas
 - Diseño, producción y control de los spots publicitarios
 - Organización de debates
 - Carteles
 - Lemas de campaña
 - Relaciones con los medios
 - Envíos postales
 - Organización y diseño de escenarios y atrezzo
 - Quincallería electoral
 - Comparecencias públicas
 - Discursos
 - Imagen y liderazgo
- (p.198).

El papel del profesional de la Comunicación Política es fundamental, debe de ejecutar las tareas antes citadas e incluso mantener la objetividad por encima de su preferencia política, ya que al menos de ser voceros de algún partido su posición debe ser neutra para

transmitir únicamente datos que le aporten al lector, televidente o radioescucha, material suficiente para crear sus conclusiones u opiniones respecto a la materia electoral.

Rubalos (2014) concluye en su tesis: “Análisis del lenguaje y géneros informativos en las elecciones presidenciales de Febrero de 2014 en el Salvador”.

En la era actual, existe una lucha frontal y puntual por el poder político a través del poder que poseen los medios de comunicación en la construcción social y cívica de la opinión pública. Gracias a los medios de comunicación, su variedad de géneros periodísticos y a las nuevas prácticas discursivas y semióticas, la política se ha democratizado más y más, y a todos nos hace participes en la vida cotidiana de manera directa. Los ciudadanos estamos más informados, lo que nos permite estar en mejor capacidad de pensar y comunicarnos (p.41).

A su vez indica que si los medios de comunicación asumieran un compromiso directo de promover en sus mensajes valores que incentiven la convivencia pacífica, la armonía, la tolerancia y el respeto a la diversidad de pensamientos, servirían a para el avance en la construcción de una sociedad más pacífica y democrática.

Rubalos (2014) citando a (Bovero, 2002) “La política es el espacio donde los ciudadanos de un Estado comparten formas de poder para desarrollar sus convivencias personales y colectivas, donde los ciudadanos logran el reconocimiento de sus derechos y deberes, y pueden ejercerlos con libertad” (p.41).

En este caso la población dispone de los medios de comunicación para “asesorarse” en cuanto a la información que el medio aporta, por lo que se le debe tomar una mayor atención a la función que ejercen ya que podría afectar en gran manera al votante.

Mora (2017) en su doctorado acerca de: “El voto económico y estudio de agendas en España” señala : “Las principales evidencias empíricas halladas en esta investigación

ponen de relieve la importancia que la percepción de la situación económica y su gestión política tuvo sobre el comportamiento electoral de los españoles” (párr.3).

Claro está que si una persona no consume información de los medios de comunicación, sus bases para considerar el voto serán muy diferentes a los lectores de periódicos, que usan las publicaciones para conocer acerca de sus candidatos.

Por otro lado Mora (2017) menciona que:

La investigación constata la influencia que tiene sobre el voto al partido en el gobierno, la percepción sobre la hipotética gestión que realizaría la oposición si ésta gobernara.(...), el análisis apunta a un papel relevante de la prensa escrita nacional en la definición de la percepción de los ciudadanos sobre la situación económica, especialmente en lo que se refiere a la construcción de la crisis como problema social, favoreciendo así la generación de un clima de opinión que a su vez actuaría como refuerzo de las percepciones personales y afectando, en última instancia, al comportamiento electoral (párr.3).

En este caso se toma en cuenta la percepción que también el votante tiene a la hora de considerar que sucedería en su país si la oposición gobernara, en algunos esto causaría zozobra por lo que preferirían mantenerse con el continuismo electoral en lugar de optar por nuevos partidos.

La generación de un clima de opinión se vio reforzada con la tecnología ya que se han implementado foros y espacios para recibir una comunicación bilateral que proporcione al espectador un puente de datos, con los que llegarían a obtener una base para ejercer su sufragio de una mejor manera.

Goldstein, Comellini (2012) en su tesis “Medios y política en América Latina: una comparación entre las elecciones del Brasil 2006 y el Perú 2011” señala que:

“En el caso brasileño, la estrategia asumida por los medios de comunicación, encabezada por el Grupo Folha, Grupo Globo y Grupo Abril apeló a una moralización de la política” (p.41).

En ese caso señalaban que no se encontraban enfrentando una candidatura, sino una sofisticada organización criminal infiltrada en el estado, es por eso que la información suministrada por los medios era determinante para la población.

Goldstein, et al., (2012) continuando con la investigación detalla que:

En el caso peruano, la estrategia de grupos como El Comercio, EPENSA y RPP apuntó a una caracterización de Humala como un candidato autoritario y estatista cercano a la figura demonizada de Hugo Chávez. Teniendo en cuenta que durante toda la campaña, Humala produjo una moderación en su programa y su discurso político, desde los medios se apuntó a deslegitimar esa moderación acusándolo de radical (p.41).

De esta forma se obtenía una construcción negativa del candidato, que quizás se generó como respuesta de las propuestas que buscaban una mayor intervención del Estado en materia política y económica.

Aquino, Carranza, (2005) en su tesis: “La manipulación ideológica por parte de El Diario de hoy en las elecciones presidenciales del 21 de Marzo de 2004” específicamente en su capítulo de conclusiones explica que:

El Diario de Hoy siempre mantuvo su preferencia al momento de hacer cualquier tipo de comentarios vinculados al partido de derecha y a su candidato, lo que puso en desventaja la credibilidad del rival efemelenista. Por ende en todo el proceso de campaña, El Diario de Hoy favoreció con su peculiar forma de redacción en las notas en donde siempre le buscaron la parte positiva a Tony Saca y la negativa a Schafik Handal (p.194).

En esta investigación quedó demostrada la manipulación de la información que se transmitía al lector donde sus publicaciones tenían una inclinación hacia uno de los

candidatos, lo que significaría la pérdida de objetividad, imparcialidad y credibilidad del medio salvadoreño.

Investigaciones Nacionales

En las investigaciones nacionales se destacarán tesis relacionadas a análisis electorales, en relación al papel de los medios de comunicación y su tratamiento noticioso en periodos de sufragio.

Dado que se considera importante conocer las percepciones de la sociedad costarricense sobre las notas periodísticas que realiza un medio informativo y las valoraciones que las personas hacen.

En este tipo de antecedentes no se encontró a nivel nacional alguna información que tratara con exactitud el tema de la investigación (Cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en el medio impreso semanario universidad) por lo que se realiza una referencia a tesis elaboradas por estudiantes de la Universidad Internacional de las Américas con relación al tema principal.

En este caso se tomará en cuenta la tesis de Madrigal Guzmán Nancy (2009)

La campaña electoral en los medios de comunicación desde la teoría de la agenda ciudadana:

Según el análisis se determinó que los ciudadanos indicaron que la información del medio de prensa analizado satisfizo los intereses de los partidos políticos y del medio de comunicación, no así el interés de los ciudadanos. Asimismo, concluyó que los ciudadanos buscan información del proceso electoral por medio de la propaganda transmitida por televisión y radio; además se informan con las noticias publicadas en los medios de comunicación escrita, aunque consideraron que el aporte del medio analizado sobre el proceso electoral era incompleto (p.132).

De manera que el interés del ciudadano, se vio opacado por el hecho de que el medio buscó la manera de transmitir la información de una forma o estilo que cumpliera las necesidades o exigencias del partido, dejando de lado el punto de vista del ciudadano.

Continuando con las investigaciones relacionadas al tema, se recopiló una tesis titulada las “Estrategias de comunicación en el Parlamento costarricense (Análisis teórico-práctico)” Martínez (2006) citado por Rojas (2012) El estudio mantenía como objetivo investigar si existen estrategias de comunicación política en la Asamblea Legislativa, para analizar y explicar sus efectos en la imagen de los diputados y de la institución.

El estudio concluyó que: “Entre los costarricenses, hay un conocimiento muy bajo sobre la comunicación política y sus beneficios para las relaciones entre los diputados y ciudadanos (gobernantes y gobernados) y, por ende, para la democracia costarricense” (p.34).

De acuerdo al tema de análisis de un medio escrito se retoma la tesis, Fernández (2010) Análisis de contenido de la línea editorial del periódico La Nación, frente a las reformas electorales del periodo 2007 a 2009 en sus conclusiones indica que:

Lo que se puede concluir es que en el primer año las reformas electorales, a las reformas electorales se le dio poca importancia dentro de la agenda del medio de comunicación, al nombrarlos indirectamente en el contenido. Del segundo año estudiado, el tema no resultó de mucha importancia como para expresar ideas en un editorial. Y en el último analizado se denota ya en pleno que es un tema de agenda, por ser los tres editoriales de contenido directo en materia de reformas electorales (p.127).

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), un editorial se define como: “Artículo no firmado que expresa la opinión de un medio de comunicación sobre un determinado asunto” (párr.1).

Es por este motivo que no siempre se encuentran editoriales relacionados con los temas que se tratan, aunque el ciudadano podría querer recibir esa opinión de un especialista en busca de ese conocimiento o fundamentación que podría adquirir para apoyar sus ideas.

Finalizando con un estudio de Carrillo, Silesky, Bustos, Chávez, (2012). Percepción costarricense hacia los medios de comunicación, entre las conclusiones de este estudio se resalta que:

Para los habitantes de Costa Rica los medios de comunicación son importantes para tomar decisiones y ejecutar acciones. La encuesta plantea que para un 89,3 por ciento son muy importantes. Esta percepción dimensiona la responsabilidad que tienen las empresas y entidades que administran medios de comunicación, los comunicadores en general y el Estado costarricense para asegurar un sistema de medios que pueda reflejar la realidad nacional y potenciar su importancia para el logro de los objetivos nacionales, así como la promoción de una sociedad cada vez más inclusiva, solidaria y justa (p.99).

Según este estudio se puede determinar que los medios de comunicación generan un gran impacto en los ciudadanos a la hora de tomar decisiones y es por esta razón que al momento de las temporadas electorales se puede apreciar cómo se busca la información de los partidos involucrados, es ahí donde se puede ver afectada la percepción del lector a través del enfoque que el medio le brinde al tratamiento noticioso.

Proyecciones

En la presente investigación se buscará examinar la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018, que se dio en Costa Rica específicamente en el medio impreso Semanario Universidad, entre los meses de Febrero y Marzo.

Esto permitirá mediante el cumplimiento de los objetivos como lo son el estudio de las temáticas del Semanario universidad en la segunda ronda, el análisis de las fuentes que

el medio utilizó para sus noticias y el espacio designado en las publicaciones, para tener los fundamentos y determinar si el tipo de enfoque que fue utilizado afectó o no la perspectiva del lector al momento de votar.

El alcance será a nivel exploratorio basado en el periódico Semanario Universidad, a nivel de análisis de fuentes, de temas y de contenido de las publicaciones, además del espacio visual en las publicaciones de un candidato versus el otro.

La investigación será cualitativa de manera que se harán cuatro entrevistas de profundidad de campo en los medios implicados, primeramente el Semanario Universidad donde se mostrará el análisis que se realizó en la investigación durante la segunda ronda electoral, también con los partidos involucrados Acción Ciudadana y Restauración Nacional donde se realiza una confrontación para explicar los resultados que arrojó la investigación y conocer su punto de vista, la última entrevista será a un politólogo donde se le presentan las respuestas de los demás involucrados para contar con su percepción.

Limitaciones

Entre las limitaciones se encuentra de primera mano el factor tiempo, ya que no se cuenta con la disponibilidad al 100% para realizar la investigación.

Otro obstáculo es la interrogante de que los implicados en el Semanario universidad, Partido Restauración Nacional (PRN) y Partido Acción Ciudadana (PAC) acepten la entrevista para las consultas pertinentes que aporten información de primera mano para los análisis respectivos.

De última instancia, pero no menos importante, obtener las ediciones impresas del periodo de la investigación, porque al ser fechas anteriores, corre el riesgo de no obtenerlas lo que estaría afectando la investigación ya que son completamente diferentes a lo que se maneja en contenido vía digital, por lo que son sumamente necesarias para realizar el análisis.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Diariamente suceden infinidad de hechos, pero no en todos los casos la población los llega a conocer ya que no son compartidos por periódicos u otros medios digitales o incluso radiofónicos ¿pero a qué se debe esto? Bueno, en este punto es importante que presten atención a los diferentes medios de comunicación que frecuentan y que quizás logren clasificarlos.

Por ejemplo, porque sus publicaciones de contenido violento o sangriento, otros podrían caracterizarse por su lenguaje “popular o regional”, y algunos quizás con contenidos técnicos al punto que se convierten en un medio financiero, político o médico.

El establecimiento de los temas en las agendas de los medios, hace que la información que recibe el lector sea el resultado de lo que previamente estuvo bajo la lupa del jefe de redacción o de la persona encargada en definir el enfoque que utilizaron.

Rodríguez (2004) "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (p.15).

Esta frase evidencia que si bien es cierto que de manera directa la prensa jamás va a dar una orden ni va hacer que las personas cambien sus valores, ideas o principios, sí mediante las informaciones que brinda y las que omiten, se está convirtiendo en un generador de opinión con base en el contenido que está generando.

La Teoría de la agenda-Setting:

Entonces se puede decir que la base que utiliza el medio responde a la Teoría de la agenda-Setting, el término agenda se utiliza primero por ser una base o guía y segundo porque se pretende mencionar lo que se considera más importante para la audiencia.

No solamente capturan lo que se les transmite como prioritario, sino que también llegan aprender de lo que se les enseña y del enfoque que el medio consideró era lo mejor, un ejemplo de esto sería el beneficio de consumir algún tipo alimento.

Pero es así porque en la agenda se definió ese enfoque, aunque también se podrían haber utilizado las contra indicaciones del producto, es de esta manera que prácticamente todo lo que recibimos viene previamente estudiado por el medio, la cual transmite su agenda de acuerdo a su estilo periodístico o incluso a su manual de estilo.

Rodríguez (2004) citando a Lippmann(1922) “Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes” (p.15).

Esto quiere decir que los medios de comunicación son los que se encargan de enseñar ese mundo que no está al alcance de los ojos de todos y no hay que ser muy estudiado para saber que la prensa cumple un papel muy importante, ya que al ser mencionada como fuente de algún tema en un programa ya sea un noticiero o segmento de una televisora, radio o prensa escrita, genera en la población que los hechos que se cuentan se clasifiquen en reales, verificados y hasta comprobados.

Rodríguez(2017)citando a McCombs, Shaw (1972) señala que: “Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos” (párr. 8).

Por consiguiente, se puede decir que el público en ocasiones es consciente de lo que se le está transmitiendo, pero puede llegar a ignorar que, adicional a la información que se le está dando, hay otros datos que probablemente omiten, o quizás ignora que puede existir algo más de lo que recibe.

Esto puede deberse a que no cuentan con el conocimiento necesario para analizar que hay algo más que no se les está brindando, puede también sumarle un énfasis al tema que está viendo, escuchando o leyendo de acuerdo a la información que recibe.

Sería fundamental dar las dos caras de la moneda, es decir la parte buena y mala o mejor dicho lo negativo y positivo de esta forma se le darían las herramientas necesarias al lector para que saque sus propias conclusiones y llegue a determinar si algo está bien o no sobre lo que se le informa.

Entre las características de la agenda Setting, se cuenta con la influencia de tres factores internos, según menciona Vásquez (2013)

Que el acontecimiento sea entorpecedor o no, mientras más entorpecedor sea, menos capacidad tienen los medios de poner la agenda. El interés de las personas en las elecciones. El grado de incertidumbre que experimenta el individuo sobre la información, su necesidad de orientación (párr. 5).

Se puede rescatar que el acontecimiento y su repercusión en el impacto que puede causar en las personas, marca la importancia o la prioridad para determinar si debe o no ser parte de la agenda, en el caso de las elecciones se encuentra que algunos si están muy atentos y deseosos de recibir información sobre los candidatos, otros por su parte no tienen el más mínimo interés por el tema político.

Incluso algunos por desinformación no toman la decisión correcta para ejercer su voto, caso contrario los que están a la espera de por ejemplo un debate presidencial, pero también hay que ver que detrás de las preguntas se encuentra un grupo de personas que definieron cuales eran los enfoques a tratar.

Casado (2015) explica que se encuentran ante la Agenda Setting intermedial menciona citando a McCombs que: lo que dicen los medios está en gran medida influenciado por otros medios. “Si los diarios dejaran de existir, el sistema completo se cae” (párr.7).

Casado (2015) citando a McCombs:

Los periódicos son la base de alimentación con la que otros medios se nutren de noticias. Las redes sociales como Twitter, Facebook y los blogs son un gran amplificador de los medios tradicionales. Y en dos áreas incluso fijan la Agenda-Setting: en los blogs de tecnología y de política, usados en muchos casos como fuentes por los periodistas (párr. 6).

El futuro de la Agenda Setting está en las web, asegura el profesor. Las herramientas que entrega internet, tales como el acceso a grandes fuentes de datos, permite que cualquier investigador pueda realizar análisis de cantidades muy grandes de

información desde el escritorio de su oficina., según McCombs citado por Casado (2015): “ La clave es mirar al Periodismo como análisis, y las oportunidades del mundo online hacen de este, el mejor momento para investigar a través de él” (párr. 7 y 8).

Mc Combs (2015) hace ver el papel que juegan los medios unos entre otros, quizás en algún momento usted ha tenido la oportunidad de sintonizar dos noticieros al mismo tiempo, si no lo ha hecho no se extrañe cuando vea que ambos están hablando de los mismo temas e incluso hasta en el mismo orden.

Los medios son los que alimentan a las redes sociales porque muy rara vez alguien busca nuevo contenido, enfoque distintos o por consiguiente descubrir si esos temas que han mostrado tienen algo que influencia al medio que los está transmitiendo, llámese ganancia o interés sobre lo que eso genere en el lector.

Laneve (2014) señala que: La idea de “masas” se define como la pérdida del individualismo y con esta nueva imagen acerca de la sociedad surgió, a partir de 1930, un nuevo campo de investigación que se encargó de abordar el estudio de los medios masivos de comunicación y su fuerza para manipular a la sociedad. Los estudios pretendieron abordar la propaganda política y sus efectos en la sociedad, la necesidad era obtener y divulgar conocimientos sobre el control de la opinión pública.

Con el recuerdo del nazismo, que difundía contenidos propagandísticos para afirmar la noción de patriotismo y la necesidad de ofrendar la vida en la guerra, nace la idea de abordar teóricamente a la comunicación como un sistema de manipulación para manejar las decisiones en pos de interés para el poder de turno (párr.1 y 2).

La teoría de la aguja hipodérmica

De acuerdo con esto se puede abordar lo que fue la primera teoría de la comunicación: La teoría de la aguja hipodérmica, elaborada por Harold Lasswell, esta teoría supone un efecto directo de la propaganda sobre la masa a través de símbolos, películas, discursos.

La idea conceptual de esta teoría nos permite pensar en la idea de penetración inmediata del mensaje y que este haga impacto en el individuo.

El individualismo se llega a perder ya que las personas empiezan a formar parte de una masa, esto es el resultado de que por ejemplo a nivel político unos no demuestran su adicción a un partido callando su manera de pensar, ocultando sus colores políticos, en fin mostrándose neutro, pero totalmente diferente son los que se unen a los demás que también demuestran como él, su agrado hacia un partido, de esa manera se pierde el individualismo y terminan convirtiéndose en una sola masa, porque todos piensan, ven, sienten, escuchan y analizan de la misma manera.

La propaganda política puede llegar a calar muy hondo en el subconsciente del receptor llenándolo de la información que el partido brinda sobre el porqué deben votar por ellos, o caso contrario puede generar enojo o repudio en aquel que ya tiene en mente el nombre de su candidato oficial y no permite o se cierra a lo que la publicidad le dice o a lo que piensa su círculo de personas cercanas.

Y es que como se hablaba anteriormente se puede ser un generador de opinión brindando la mayor cantidad de información positiva o negativa de lo que se está tratando, o solamente hablar de lo bueno o malo.

Al final de cuentas el medio es el que recibe el comunicado de prensa institucional, y las personas no tienen acceso a estos documentos, siempre recordando que se debe analizar también los contenidos del comunicado porque nunca una institución va hablar mal de sí misma, entonces de acuerdo a la información que se dé será lo que el lector tenga para fundamentarse.

Por ejemplo, si a un niño se le da sólo el color blanco va a pintar todo de ese color porque no tiene más opciones o el mismo ignora que existen más tonos, pero si se le da blanco, amarillo, azul y rojo va a poder incluso formar nuevas tonalidades y eso le estaría dando todo un panorama abierto de posibilidades, entonces cuanto más conocimiento tenga la persona de un tema mejor va ser su habilidad para evaluar por sí mismo que es bueno, malo o que es lo mejor para él o para la sociedad que le rodea.

Laneve (2014) menciona que: “La teoría de la aguja hipodérmica de Lasswell (1900-1940) supone un efecto directo de la propaganda sobre las masas a través de símbolos, películas y discursos” (párr. 2).

Al estar unidos por medio de su manera de pensar y convertirse en masas, el efecto que de, la propaganda genera un mayor impacto y si estas masas se van incrementado harían parecer que están con el candidato correcto, es como un tema de percepción, a la hora de elegir un lugar de comida dentro de un *food court* o lugar de comida rápida.

En ocasiones ver que unos restaurantes están más llenos puede significar precio bajo o una excelente cocinera y los lugares vacíos podrían ser altos precios o mala calidad en el servicio, por lo que aunque tengas que hacer fila sencillamente vas a elegir ese mismo lugar que todos los demás escogieron.

Volviendo a la política, la teoría analiza el efecto de las masas en sus símbolos como las banderas y sus colores, es normal que en período electoral se utilicen los colores de algún candidato de esta manera se evidencia el apoyo, así mismo los representantes usan los colores, en caso de los hombres es muy normal en sus corbatas, lo que hace que en todo momento que los entrevisten o fotografíen mantengan en sus imágenes esos símbolos.

El debate se convierte en un punto crucial en la campaña, el candidato demuestra a las masas si está o no preparado para tomar las riendas del país, su manera de responder, su seguridad en cada frase y su presencia de serenidad ante los medios genera una sensación de confianza que se ve reflejada en sus seguidores.

Los anuncios también forman parte de esta propaganda que se encarga de difundir sus planes de gobierno, generando un efecto con la información que quieren transmitir, por consiguiente van a trabajar con los aspectos positivos de la campaña nunca van a dar a conocer algún dato negativo porque se verían afectados.

En caso que el candidato contrario o los seguidores de este lo hagan, podría afectar a las masas y algunas van a dudar y ese efecto es lo que va cambiando conforme se van recibiendo las noticias, porque en caso de salir a la luz un dato negativo el medio podría tocarlo o simplemente ignorarlo, está en él la manera en que utiliza esa información y de antemano contemplar el choque de acuerdo al tratamiento que se le dé.

La teoría del framing

Para tener un mayor análisis se estudiará sobre otra de las teorías en este caso se tratará del *Framing* citado por Sábada (2003): La teoría del framing aplicada a la comunicación se inscribe en la teoría de la mediación informativa.

La mediación supone que los medios tienen un papel de intermediarios entre el hombre y el resto del mundo, el único modo de conocer lo que sucede en otros lugares o en su misma sociedad. La mediación explica además que este acercamiento que hacen los medios al mundo no se efectúa a modo de espejo, sino que la misma dinámica de los medios somete a los sucesos por una serie de filtros hasta convertirlos en noticia (Shoemaker y Reese) (p.71).

Como se menciona los medios cumplen una acción muy importante y es que son los encargados de dar a conocer lo que sucede alrededor del mundo, eso que no todos pueden ver que suceden a diario.

Por eso, los medios se consideran administradores de mediación que, al hacer públicos algunos acontecimientos, proponen determinados frameworks para la interpretación de éstos, modulando y estructurando nuestra conciencia en modos política y socialmente consecuentes.

Sábada (2003) En su tarea mediadora, los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o encuadre determinado, entendiendo por encuadre «la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto

mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración» (Tankard, 1991: 5) o también la «idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada» (p.71).

Los medios se basan de ciertos filtros para determinar lo que es o no noticia por eso se convierten en mediadores de información.

Se puede observar en todas las diferentes secciones, por ejemplo a nivel futbolístico no se ven noticias sobre los equipos de fútbol que tienen los barrios o pequeños pueblos, pero si de los equipos de la primera o segunda división y ahora con el tema del mundial Rusia 2018 el *framing* (encuadre) está en los jugadores de la selección nacional de Costa Rica, las fichas claves y la cobertura de todo lo que hacen o dejan de hacer.

Sábada (2003) Desde estas «ideas centrales», con las que se «definen las situaciones» de la sociología interpretativa, se subrayan determinados aspectos de los problemas a través de mecanismos informativos como los titulares, los ladillos, las fotos y Las citas. De modo análogo a los marcos para las organizaciones de acción colectiva, el framing sería por tanto «el proceso por el que una fuente de comunicación, por ejemplo una organización de noticias, define y construye un asunto político o controversia públicas» (Nelson, 1993: 567). Fonio tanto, en el proceso comunicativo (p.71).

En el área de los sucesos no todo es noticia porque de todos los accidentes no se llega a realizar las coberturas completas, en ese caso sería imposible saber todo lo que sucede y más aún si se dio en lugares lejanos o con poca tecnología que limitan el envío de la información.

Si un campesino pierde un brazo mientras realiza su trabajo no necesariamente va ser el titular de un periódico, pero si alguien con cargo público es asesinado sí puede

manejarse en primera plana, la razón podría ser ya que es una figura conocida pero sería el Framming o encuadre que se decida a utilizar.

Se puede entender que el encuadre es la manera en que se organizan las noticias, por medio de la forma en que se selecciona lo que se va utilizar en la agenda, y también ver el énfasis en que se aplica o excluyen unos temas.

Aruguete (2009) citando a Lippman “Las noticias no nos dicen cómo germina la semilla en la tierra, pero pueden decir cuándo asoma el primer brote en la superficie” (p.12).

Las noticias no cuentan el cómo en muchas ocasiones pero sí el cuándo, hace alusión a las 5w utilizadas para explicar de manera detallada la noticia en el primer párrafo o lead.

Kroll (2013) Las preguntas básicas "qué", "quién", "cuándo", "dónde" y "por qué", sumadas a "cómo", son sagradas en periodismo. Generalmente se utilizan como punto de partida para escribir reportajes, tal como lo indica Jeremy Porter en su post en el Journalist blog. Pero también dan información clave para verificar los hechos, especialmente cuando se trabaja en reportajes sobre discursos en los que se mencionan estadísticas (pp. 1-2).

No en todas las ocasiones van a encontrarse las respuestas a esas cinco preguntas porque no siempre es necesario utilizar todas, pero si se convierte en una guía para el periodista que podría en algún momento olvidar un dato importante.

Pero en todo medio siempre hay una persona encargada de tomar la decisión sobre los temas que se van trabajar, de ahí se obtiene el término gatekeeper (seleccionador) que ha sido elaborado por Kurt Lewin en un estudio de 1947 sobre las dinámicas interactivas en los grupos sociales.

Bossio (2012) citando a Lewin(1947) Descubrió que en la secuencia de una información a través de los canales comunicativos en un grupo, el lapso o el

bloqueo de la unidad a través de todo canal dependen en gran medida de lo que sucede en la zona de filtro (párr. 2).

El Gatekeeper

En este caso es quién sabe qué tipo de contenido es el que busca para su medio y se basa en las zonas de filtro que son reglas o mandamientos que se deben seguir.

En Costa Rica existe por ejemplo el periódico La Teja, que utiliza en sus publicaciones un lenguaje regional, pero en muchos casos llegan a parecerse un poco más a lo campesino y hasta lo vulgar o corriente.

Bossio (2012) citando a Lewin (1947) “Las zonas de filtro son controladas bien por sistemas objetivos de reglas o bien por gatekeepers que significa en este caso, individuo o grupo que tiene el poder de decidir si dejar pasar o bloquear la información” (párr. 3).

Pero ante la interrogante de ¿Cómo se produce el proceso de selección? (tanto cuantitativa como cualitativamente) Nueve comunicados de agencia sobre diez son eliminados y solo uno es noticia.

Los costarrriqueñismos son muchos al punto que si un extranjero trata de leer no va a entender exactamente qué es lo que el escritor quería transmitir. Pero ese es el filtro que manejan como medio, Diario Extra no suele utilizar la censura en imágenes fuertes tales como accidentes y asesinatos, pero así son reconocidos y buscados por lectores que les gusta esa tipo de información sangrienta.

Bossio (2012) El estudio de White demuestra que el rechazo de una noticia depende de:

Falta de espacio

Superposiciones con historias ya seleccionadas.

Falta de interés periodístico

Calidad de escritura,

Áreas demasiado lejanas al periódico

(párr. 3).

Según la teoría nueve de cada 10 comunicados se desechan lo que quiere decir es que solamente uno llegó a convertirse en noticia, ósea era el único que cumplía los términos de filtro.

También el rechazo se puede dar por falta de espacio así que es muy común en las versiones web o de redes sociales se publique con más frecuencia, además que esta opción permite agregar pluses para respaldar la nota como videos, audios y transmisiones en video.

En formato impreso ya se cuenta con una cantidad exacta de páginas, columnas y segmentos por lo que el gatekeeper no autoriza la publicación, así que la tecnología llegó a colaborar con el periodista que tiene muchos datos e información que sabe es necesario compartir con los demás.

En el caso de historias ya seleccionadas, es un espacio que no se puede hacer cambios porque está reservado, algo similar es con los anuncios de patrocinadores o espacios pagados que no se pueden eliminar, porque están pactados por medio de un contrato.

El interés periodístico es otra de las razones por las cuales se publica o no, ya que no todo es noticia, en este caso debe ser un hecho actual no es común ver que se hable de algo que sucedió en el pasado, a menos que sea un reportaje que se trae a la actualidad para comprender por qué sucedió algo hoy.

La veracidad es fundamental por ningún motivo se debe transmitir algo que no está comprobado, para eso se cuenta con las fuentes que deben estar verificadas y de carácter oficial, por ejemplo voceros de las instituciones.

La objetividad está siempre en el ojo del huracán porque se pide serlo en las notas pero se tiene la idea que se pierde, porque con sólo la manera en que el periodista observa los hechos y cuenta unas cosas y otras no, es subjetivo.

Está claro que no se pueden hacer juicios de valor, ni dar su opinión de lo que sucede a menos que se esté trabajando en una columna o artículo que permite más esos aportes.

La calidad que se le aporta a la escritura es un punto clave a la hora de transmitir el mensaje, siempre es bueno que logre ser comprendido por todas las personas desde el que realiza el aseo hasta el político de la ciudad.

Se debe prestar atención a la hora de escribir, tener cuidado con los términos técnicos que en algunas ocasiones están presentes, esto no quiere decir que no se utilicen pero si se deben explicar para que incluso se vuelvan conceptos de aprendizaje.

Otro detalle radica en las áreas lejanas al periódico, en algunos sitios rurales se manejan periódicos cantonales y sus noticias no están en todas las ediciones de los medios, porque lo que sucede en esos lugares es totalmente aparte y a menos que no lleguen afectar a grandes poblaciones es muy complicado que se les preste atención.

Por lo que en ese caso su agenda es completamente distinta a los demás, siempre la prioridad serán temas que afecten a la zona por ejemplo reparaciones de puentes, cortes de energía o agua potable, recolección de basura entre otros.

A su vez en materia política y más específicamente en temporada electoral los medios de comunicación tienen una tarea muy difícil, ya que el contenido que manejan en sus publicaciones puede influir en la manera de pensar del votante ,de tal manera que según indica Aceves (2004):

La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas y del análisis de contenido del comportamiento informativo de los medios se convirtió, en instrumento de investigación académica, mercadotécnica y de planificación institucional, en herramienta de vigilancia de la sociedad civil, en una práctica de la acción ciudadana: el monitoreo de medios (p. 93).

Los monitoreos de medios constituyen una herramienta eficaz de vigilancia y control social del comportamiento informativo de los medios de comunicación para garantizar una participación informada de la ciudadanía en las decisiones electorales, así como el establecimiento de condiciones de equidad en el acceso a los medios de

comunicación de los diversos actores políticos y, de esta manera, promover el desarrollo de procesos electorales democráticos.

Como ciudadanos es importante vigilar que los medios de comunicación cumplan su tarea de informar pero sin afectar los datos ni mucho menos presionar a que tengamos un cambio en nuestra manera de pensar.

Aceves (2004) Una definición concisa establece que, “en su nivel más básico, el monitoreo de medios para la promoción de elecciones democráticas consiste en una observación independiente e imparcial del comportamiento de los medios masivos durante el periodo electoral” (p. 93).

En este caso por más apoyo que se tenga a un partido no se pueden dejar de lado que hay que analizar la forma en que nos presentan la noticia, debemos ser imparciales y detectar si hay cierta inclinación por algún color político y que de esa manera el periódico empiece a exaltar esa figura e intente opacar todo lo que hace el equipo contrario.

Aceves (2004) menciona que entre los aspectos principales hacia los cuales enfocar la observación, se destacan:

1. Cómo actúa el gobierno para asegurar el derecho de los medios informativos para recoger y distribuir información e ideas.
2. Cómo actúan el gobierno y los medios para garantizar el acceso de los Partidos políticos y sus candidatos, de tal manera que ellos puedan comunicarse efectiva y directamente con el público durante el período de las campañas electorales.
3. Cómo actúan el gobierno y los medios para asegurar una exacta y equitativa cobertura informativa de los partidos políticos y de los candidatos en los programas noticiosos y en los reportajes informativos.
4. Cómo actúan el gobierno y los medios para educar al electorado sobre el cómo y el por qué votar (Norris y Merloe, 2002, p. 93).

El gobierno actual podría ser un vigilante de lo que se esté viviendo en las publicaciones de medios en tiempo electoral para determinar si se está bajo un abuso de autoridad en el que por medio de sus periódicos, radios, revistas, televisoras están convirtiéndose en prácticamente voceros del partido que apoyan.

Es por esto que es de suma importancia que los partidos puedan tener un contacto directo con el pueblo, para que por medio de debates, charlas, espacios abiertos se logre una comunicación bilateral que ayude a conocer de primera mano los planes de gobierno.

En este caso, llámese el gabinete que proponen y toda su estructura, para que de esta manera no tengamos que guiarnos únicamente por las noticias periodísticas sino que también hagamos uso de la democracia y libertad de nuestro país para saber cuál es la información verdadera.

Ahora la tecnología se ha convertido en un arma de doble filo, también existen personas que se les podría decir *hacker* que crean por completo un sitio web, en lo que se supone transmiten noticias y en realidad su contenido y finalidad es afectar a cierto candidato.

Es preciso saber cuáles fuentes entiéndase medios, cadenas, radios, televisoras y prensa escrita son confiables y veraces en el sentido que manejan varios puntos de vista y no usan los llamados chismes o mentiras para construir sus noticias.

Araya, Barrantes, Chinchilla, Naranjo, Otarola, Vásquez, (2014) citando a Paniagua (2006) menciona que:

Comprende y define los medios masivos como empresa privada, con factores que median en la información que emiten, desde la acción del periodista, hasta los intereses políticos y económicos del medio. Así se logra entender a los medios de comunicación no como una simple entidad difusora de los mensajes creados por los políticos, por ejemplo; sino como instituciones con intereses económicos y políticos propios; y que son estos

intereses los que en realidad determinan el enfoque de la información (pp. 63-64).

Una equitativa cobertura informativa sería, una solución sencilla porque sí se lleva un conteo sobre la cantidad de publicaciones en relación a cada candidato, esto haría que no se demuestre cierto apoyo hacia algún partido.

De manera que el lector no llegaría a percibir que sólo se habla de un candidato planteando en él la duda de que esto significa que es el mejor o que en caso contrario no hay nada que decir de su contrincante.

Bauza (1998), acerca a la influencia de los medios afirmando que en algunas zonas de la realidad, como en los procesos electorales, el “negativismo se traduce en la creación de climas de opinión muy negativos encaminados a crear o explotar o reforzar la idea negativa de la política” (p. 16).

Ahora bien qué pasaría si la ciudadanía metiera algún tipo de presión para que no se hable de temas que no tienen respaldo, como el pasado de los candidatos en relación a sus vidas amorosas, familiares o en general personales, no tengan que relucir en la campaña electoral, porque se llega a perder la finalidad electoral para convertirse en una novela amorosa.

Bauza (1998), También afirma que el enfoque con el que los medios de comunicación difunden la información permea la opinión pública; sin embargo, es necesario tomar en cuenta que la opinión pública se moldea además por cuestiones personales, de contexto e ideología y no es estática. Javier Alcalde (1993) abarcó el tema en el artículo: “Medios de comunicación como intermediarios de voto”, basado en la influencia de los canales TV1 y Antena 3, en las elecciones legislativas españolas de 1993. (p.63).

El conocimiento de la población sobre el porqué es importante votar, es un papel fundamental que los medios de comunicación deberían hacer, no solo es dejarle la labor como es en el caso de Costa Rica con el Tribunal Supremo de Elecciones sino también

transmitir a la población la afectación que se da al incrementar el abstencionismo y que este mismo nos obliga a llegar a una segunda ronda, porque no se cumple el porcentaje necesario para elegir el presidente.

Bauza (1998), citando a Alcalde (1993) analizó el nivel educativo, conocimiento político y el consumo de medios de comunicación masivos de 1448 individuos y logró identificar efectos mediáticos en la campaña electoral, sin embargo, el autor afirma que estos no poseen patrones lineales. Logra concluir que la población de “indecisos” fue más susceptible a la influencia de los medios de comunicación, contrario al caso de aquellos que ya tenían clara su decisión de voto (p. 64).

Entonces cuanto más apoyo se tenga en dar a conocer información real, equitativa, neutral, y con contenido serio (dejando los rumores de lado) va a generar en el lector una sensación que debe ejercer el sufragio y la democracia que como costarricenses estamos privilegiados de tener, y entre más datos tenga el votante mayores serán sus fundamentos para entender quién es el mejor candidato y no dejarse llevar por la presión de las masas.

Los medios de comunicación son como empresas privadas, donde hay acciones que influyen en lo que se transmite, en este sentido se habla del periodista como una persona que incluso puede llegar a ser familia de algún candidato o simplemente un simpatizante, esto afectaría en la manera en que el trate la información que le están proporcionando o incluso que sus redacciones sean muy llamativas por el tipo de vocabulario que usa o los títulos que emplea en pro de su ideología política.

Otro detalle son los intereses políticos del medio, no se conoce si en algún momento un accionista mayoritario decidió unirse a la política o un familiar muy cercano llámese esposa o hijos, en este sentido sería muy sencillo determinar el porqué del enfoque en contra o a favor de su candidato.

El negativismo es crucial en este tipo de noticias, no es lo mismo un título que diga: “Rojas está muy cerca de ganar las elecciones” a todo lo contrario “Rojas muy lejos de la presidencia”. No hay duda que el lector que en su mayoría solo presta atención a las primeras líneas, interprete con esto que ya perdió o ganó las elecciones presidenciales.

Así que un simple detalle puede cambiar la diferencia en las personas que se dejan llevar mucho por lo que ven y más aún si esto viene en un periódico.

El nivel educativo es un detalle que se le suma a la importancia que se le da a lo que los medios publican, ya que sí se cuenta con la costumbre de consumir los ejemplares noticiosos de varios periódicos, tendrá una visión más amplia e incluso logrará contrastar lo que se dice en cada noticia.

Por el contrario si es una persona que no presta detalle, no se informa y simplemente se deja llevar por lo que dicen los demás, llega a ser uno más del porcentaje de abstencionismo que al final se influenció por lo que las masas le hicieron saber.

Por eso no hay nada mejor que hacer su propio análisis, ahora es muy fácil con el uso de la tecnología tener acceso directamente a los planes de gobierno, bancadas y demás de los partidos que se encuentran disputando un papel en el gobierno para que de esa manera y sin dejar que les afecte los medios, o terceras personas logre determinar por quién votar.

Pero, ¿en qué se basaran las personas para tomar su decisión política?, según Araya et al (2014) menciona que:

Medios de comunicación y percepción política Arraigada, Návila y Schuster, (2010), en su artículo “¿Consumo, luego pienso, o pienso y luego consumo?”, se acercan al consumo de medios y la percepción política de las personas preguntándose: “¿Deciden las personas qué medios consumir en función de sus predisposiciones políticas y percepciones económicas ya existentes? O bien ¿hay variables explicativas de identificación política e ideológica a largo plazo que explican tanto las percepciones políticas y el consumo de medios? ” (p. 3).

Esta cuestión resulta interesante ya que, elegir un medio como predilecto define el gusto de la audiencia por éste y también determina la forma en la que a esa audiencia le gusta recibir la información, incluso denotando –con mayor o menor consciencia- que está de acuerdo con la posición que el medio presenta referente a la información que transmite.

Hay periódicos que tratan la información de una manera más técnica, es por esta razón que no todas las personas son afines a leerlos, un ejemplo en Costa Rica es el periódico El Financiero que como su nombre lo indica se basa en las finanzas y temas económicos.

En temporadas políticas las noticias que manejan no serán las mismas que los demás, porque para dar un ejemplo, ellos tratarían la afectación que puede llegar al país en tema monetario si llegara uno u otro a convertirse en presidente, así que no todas las personas van a comprender esos porcentajes o gráficos, por lo que ese medio es dirigido a un sector de la población en específico.

Araya, et al., (2014) Los autores afirman que si bien “el consumo de diarios induce a la gente a tener posiciones más extremas o bien que las personas utilizan la información de los medios de comunicación para reforzar sus posiciones políticas iniciales (...) Luego de consumir esos medios, esas posiciones se refuerzan” (p. 23).

Así que ese gusto o elección por un medio que se ajuste a lo que se quiere o busca conocer, los acerca a sus ideales políticos, a su manejo de información, al enfoque que utilizan y nos une a la agenda Setting.

Araya, et al., (2014) citando a Martín Llaguno y Berganza Conde (2001) analizan las elecciones de 1996 en España para ver la relación entre el voto y el uso de medios de difusión. Se aborda la tesis de que las y los votantes acceden a los medios de acuerdo con su postura ideológica. Sin embargo, se plantea la posibilidad de que los mensajes contrarios a la postura de los y las votantes sean consumidos si reúnen características relevantes para las y los lectores (pp. 53-54).

El utilizar medios de comunicación producen un consumo de información que las personas transforman en sus fundamentos para defender lo que ellos consideran correcto, así que en este caso se debe apreciar la importancia de dar una equidad de espacio para que se comparta el mismo enfoque en los candidatos y no se dé un beneficio a ninguno.

Araya, et al., (2014) Los datos de la investigación relacionan la ideología de los votantes (reflejada en su voto) y el uso de determinados medios de difusión, con lo que concluyen que sí existe esa influencia entre los medios y el voto, pero no logran determinar la dirección de la relación encontrada, es decir, si la exposición del medio determina la intención del voto, o si por el contrario, la intención del voto determina el consumo mediático (pp. 64-65).

Entonces se puede señalar que los medios llegarían a ser un aliado o un enemigo para los partidos políticos y sus mensajes así queda constatado a raíz de lo que señala la española

Peña (2010) sobre: Los medios de comunicación saben de su potencial de convertir en público todo lo que tocan y de influir en las decisiones de voto manejando de una u otra forma la información que cada jornada llega a sus redacciones, pero este tipo de decisiones afectan sobre todo a los directores y a los altos cargos de las empresas de comunicación, que en definitiva, son quienes llevan las riendas editoriales en función de determinados intereses políticos y económicos (p. 96).

El poder de los medios de comunicación en materia política corresponde a que sus publicaciones pueden llegar a impulsar a un candidato o todo lo contrario enterrarlo, es tanto ese impacto que algunos creen ciegamente en las noticias y no dudan ni por un segundo si hay algo detrás de la información.

Las noticias en gran manera son respaldadas en comunicados de prensa institucionales, conferencias, publicaciones y en día hasta con fotografías o datos que los candidatos postean en sus redes sociales y el impacto o respuesta de los demás.

Así que un mal momento, o un hecho que se salía de las manos de un candidato puede significar la baja porcentual entre sus simpatizantes, por ejemplo una discusión con algún familiar no significaría nada para una persona que no esté ligada a los candidatos presidenciales, pero ahora un simple roce puede desencadenar en toda una pelea.

Si la información es utilizada por un medio y con testimonios de personas que están en contra del candidato es muy probable que se manche su imagen.

Y por dañarse es muy complicado limpiar esos detalles que se dieron a la luz, aunque de manera negativa y sin mostrar la realidad del caso afectarán sin lugar a dudas su campaña.

El éxito en las ventas en ocasiones está marcado en noticias impactantes, fuera de serie, corrupción, mal manejo de dineros, deudas, lavado de dinero, estafas y todas las palabras que evidencien algo no está ocurriendo como debería, claro no quiere decir que si estos hechos están comprobados no se compartan con el público para no afectar al candidato.

En este caso se estaría ocultando lo que realmente sucede, por lo que no es ocultar lo malo y resaltar lo bueno de alguno, sino transmitir lo que sucede y en dado caso que sea algo negativo dar la versión del afectado y de esta manera el público será quien decida si está o no diciendo la verdad.

Lamentablemente el espectáculo, fanatismo, dolor y engaño se ganan el espacio principal de una portada sin saber que esos detalles pueden cobrar una gran factura para los involucrados.

Así que los temas, enfoques y prioridades que se le den a una noticia, terminan convirtiéndose en el factor crucial que hace al medio caminar junto a la información o manipular su contenido.

Según agrega Peña (2010) “El instrumento supremo del poder es definir y jerarquizar los temas que debate la opinión pública. Dichos temas se convierten en iniciativas del gobierno o de la oposición (agendas políticas), en contenido de los medios (agenda mediática) y en asuntos que preocupan a los ciudadanos (agenda pública) (p. 96).

Los temas que debate la opinión pública se pueden dividir en tres tipos de agendas como lo son, política que responden a iniciativas del gobierno o de la oposición, en ese caso

son notas ligadas a la coyuntura política y lo que se está viviendo en ese momento como respuesta por ejemplo a encuestas o sondeos de los partidos.

Peña (2010) señala que la hipótesis de trabajo es que la agenda política viene marcada por las coyunturas temáticas producidas en la sociedad en ese momento concreto y que además, los partidos reducen su agenda de temas en campaña dependiendo del tiempo y del espacio que los medios van a dedicar a sus mensajes (p. 97).

También **la agenda mediática** que son los contenidos propuestos por los medios de comunicación, en este sentido, es importante ver que siempre cuentan con cierta similitud entre lo que se publican los periódicos, revistas, radios y televisoras y de estos sale el contenido que es reproducido por las redes sociales.

Peña (2010) indica que : Las campañas electorales se desarrollan en procesos sociales, económicos y políticos concretos y los partidos cuentan con innumerable información al respecto que procede de las más diversas fuentes. Información sobre todo sobre las valoraciones que el electorado hace de sus líderes, de su labor en la anterior legislatura, de la intención de voto...información que es el resultado de encuestas y sondeos de opinión (p.97).

Las agendas pueden variar de acuerdo a lo que vaya sucediendo, porque a pesar de que se busca cumplan al pie de la letra, siempre pueden ocurrir eventos no contemplados de último momento, un choque, un cierre de vías, daño en el vehículo, una enfermedad, un fallecimiento, atrasos con el personal, problemas técnicos como daño en audios, videos.

En fin, hechos que se salen de las manos, además al terminar el conteo electoral de los votos siempre es común esperar en salas de eventos, parques, plazas o sitios el momento en el que el Tribunal va dando a conocer los resultados.

La agenda puede determinar que a cierta hora el candidato estaría dando sus declaraciones sobre lo sucedido, pero todo cambia cuando se van arrojando los % ya que si

se tenía planeado realizar una celebración y en ese momento se dan cuenta que no están siendo electos, se hace una variación por completo de lo que se pensaba.

El espacio en televisión es sumamente reducido ya que es muy costoso, así que si no se trata de un espacio político pagado es muy difícil apreciar una entrevista extensa con contenido variado que permita dar a conocer lo que no se trata normalmente, entonces al final de cuentas terminan resumiendo lo que ya se sabe, de manera que se convierte en un refrito de todas las intervenciones.

Porque la gente quiere escuchar los puntos principales y omiten que al contar con más posibilidad de comunicación incluso podrían demostrar si no utilizan un discurso previamente grabado.

En la prensa se tiene la ventaja que hay más espacio, se cuenta con variedad de fuentes (que sería lo esencial) para aportar una mayor credibilidad a la noticia, también se puede iniciar la lectura y hacer una pausa en dado caso que sea interrumpido puede retomar la noticia en cualquier momento y lugar, además si no comprende algún termino es posible realizar una búsqueda para eliminar esa duda.

Es bien sabido que ningún equipo de la campaña va a estar desinformado de sus metas, ideales y plan de gobierno, además se cuenta con una estructura o respuesta previa a posibles interrogantes que se les presente en las entrevistas, esto forma parte de la agenda política de cada partido, que les permite manejar una información para todos los involucrados.

Pero la fijación de la agenda no es un tema reciente sino que viene desde mucho tiempo atrás como lo menciona Dorantes y Aguilar, (2014):

A fines de los cuarenta, Harold Lasswell les atribuyó un papel determinante al dirigir la atención hacia los asuntos relevantes, "con lo que abonó la naciente hipótesis de la fijación de la agenda" (Saperas, 1987: 57-187). Más adelante, las investigaciones en comunicación se orientaron hacia la búsqueda de efectos directos de los medios, sin llegar a demostrar que tuvieran el poder para cambiar las actitudes de los receptores. Ello permitió

concluir que esos efectos eran más limitados de lo que solía pensarse (párr. 23).

Laswell a finales de los cuarenta le apostó a los asuntos relevantes a ganarse un espacio en la agenda, porque de esta manera estaría dando un enfoque a lo que resalta de los demás hechos, pero en esas épocas se realizaron investigaciones para determinar si la agenda tenía un impacto en el lector, algo que en ese momento se consideró limitado.

Quizás el no contar con tanta tecnología no demostró en ese momento que algunos se veían afectados por lo que se publicaba, porque siendo realistas hay personas que se apegan a un candidato o partido político sin importar lo que las personas o medios digan, de esa manera nuestros abuelos se casaban prácticamente con una bandera y cada cuatro años le daban nuevamente su apoyo.

A claras luces el periodista jamás le dirá a una persona que es lo que debe hacer, pensar o sentir, porque no es usual que se den órdenes, por el contrario su papel fundamental es aportar la información que maneja y hacerla llegar de la mejor manera al lector para que este tenga un conocimiento sobre lo que se está hablando y formule sus propias conclusiones.

Pero algo si está claro y es que la agenda de los partidos políticos jamás será la misma por lo que Dorantes, Aguilar, (2014), explica :

El proceso de establecimiento *de la agenda* puede ser entendido como "una competencia continua entre quienes proponen temas para atraer la atención de los profesionales de los medios, del público y de las élites políticas"

Explica por qué la información de algunos temas, y no de otros, está disponible al público en una democracia (párr. 28).

Algunas agendas buscan resaltar las virtudes de su candidato, algunas otras se basan en señalar las deficiencias, temores, fallas y posibles puntos negativos de su contrincante.

Es por esto que a nivel periodístico siempre se debe tener un olfato que determine si se está haciendo un uso correcto del espacio público, en la transmisión de datos con malas intenciones.

El ser una figura pública también es resultado de estar en la mira de todos y más aún si cabe la posibilidad de tomar las riendas de un país, por lo que se necesita una fortaleza y un carácter fuerte para enfrentar todo lo que puede suceder con noticias mal intencionadas, y también que sucedería en caso de no resultar electo, además entender que el peso recae también en sus familias cercanas que pueden ser señaladas o juzgadas por lo que se dé en el tiempo electoral.

Un espacio equitativo, una agenda igualitaria, un enfoque neutro son detalles que pueden aportar más a la población y reforzar la democracia y el sufragio responsable que debe ejercer cada ciudadano.

Teoría de Cultivo

Esta teoría fue creada por George Gerbner donde establece como los medios de comunicación cultivan una idea o pensamiento en las personas.

Sánchez (2018) menciona que Gerbner “se adentra en la investigación de las consecuencias que trae un consumo excesivo de los medios de televisión, especialmente en lo relacionado con la visión reiterada de situaciones violentas” (párr. 2).

Es por esta razón que en los años 60 Gerbner, decide desarrollar un proyecto que denominó “indicadores culturales” que buscaba estudiar los programas de televisión y su impacto.

A pesar de que hoy en día existen muchos medios para recibir información llámense redes sociales, páginas web, canales de You Toubé, revistas, Radio y grupos de *Whatsapp* la televisión siempre se mantiene latente en el diario vivir.

De esa manera la premisa de la Teoría de Cultivo era que entre más se observaba la Tv más rápido se acepta o se cree que la sociedad es tal cual se está viendo en la pantalla,

de modo que la sociedad llegaba acostumbrarse a cierto contenido, de forma que se llegaba a asumir que lo que se estaba mostrando representaba la realidad.

Sánchez (2018) señala que en Gerbner:

Comenzó el interés e investigación en otros temas en los cuales, según pensaban, la televisión contribuía a las concepciones de la audiencia y a sus acciones. Algunos de ellos eran el género, los grupos minoritarios, los estereotipos, la ciencia, la familia, los alcances de la educación, la política o la religión (párr. 9).

De esta manera la investigación se ampliaría y permitiría abarcar más detalles que se verían plasmados entre varias de las hipótesis como la que menciona:

Moran (2014) -La televisión es esencial y fundamentalmente diferente de otras formas de medios de comunicación.

“La televisión es la fuente de las imágenes y los mensajes más ampliamente compartidos en la historia. La televisión cultiva desde la infancia las mismas predisposiciones y preferencias que solían ser adquiridas de otras fuentes primarias. El patrón repetitivo de mensajes e imágenes producidas en serie de la televisión constituye la corriente principal de un entorno simbólico común” (párr.7).

Realmente desde muy temprana edad se está expuesto a recibir por medio de la televisión la información que los canales desean compartir, de esa manera la información que se sabe es la que se recibe por ese medio, que también se ha encasillado como “fuente confiable” al creer que el material que comparten es verídico.

Moran (2014) La teoría de cultivo menciona que la exposición a la televisión, con el tiempo, sutilmente “Cultiva” percepción de la realidad los espectadores. Gerbner y Gross dicen que “La televisión es un medio de la socialización de la mayoría de las personas en roles y comportamientos estandarizados, y su función es la inculturación”.

La investigación se basa en el medio impreso Semanario Universidad y aunque no sea televisivo, esta teoría se ha mencionado para dar a conocer y buscar comprender que de igual manera, así como Gerbner analizó el cultivo que se transmitía al televidente de ese mismo modo se puede “sembrar” en el lector esa semilla que florezca tal y cómo lo menciona, Toledo (2016) “La mayor parte de lo que sabemos o creemos saber nunca lo hemos experimentado personalmente. ‘Sabemos’ las cosas en base a las historias que escuchamos y las que contamos. Somos las historias que contamos” (parr. 3).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En esta etapa se procede a determinar el enfoque perteneciente a la investigación por medio de la clasificación de los teóricos, para conocer si se trata de un enfoque cualitativo o cuantitativo en este caso se determina que según lo expuesto por Hernández, Fernández, Baptista (2014) **la investigación Cualitativa** es la que mejor se ajusta tomando como referencia que:

Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual. En términos generales, estos métodos utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí (Granel, 1997):

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras (p. 4).

Conceptos Claves en la Investigación Cualitativa

Pero existen conceptos importantes que explican en qué consiste la investigación específicamente cualitativa tal como lo muestra Álvarez, Jurgenson (2003):

La investigación cuantitativa se basa en tres conceptos fundamentales: la validez, la confiabilidad y la muestra.

La validez, en este paradigma, implica que la observación, la medición o la apreciación se enfoquen en la realidad que se busca conocer, y no en otra.

La confiabilidad se refiere a resultados estables, seguros, congruentes, iguales a sí mismos en diferentes tiempos y previsibles.

La confiabilidad se considera externa cuando otros investigadores llegan a los mismos resultados en condiciones iguales, e interna cuando varios observadores concuerdan en los hallazgos al estudiar la misma realidad (p.31).

Por lo que se basará en la realidad y no en hacer cambios que permitan ocultar lo que sucedió en las publicaciones del periódico en investigación, en el caso de la confiabilidad se ve sustentada en la necesidad de sacar a la luz lo sucedido sin importar el resultado.

La investigación no se realiza a favor del Semanario Universidad, ni del Partido Acción Ciudadana, ni tampoco del partido Restauración Nacional, por lo que se mantiene una neutralidad sin importar las declaraciones.

En este sentido la investigación podría dar pie a que en unas próximas elecciones presidenciales como lo son cada cuatro años en Costa Rica, investigadores u observadores puedan realizar en tiempo real el estudio de las temáticas presentes al momento de la ronda electoral en determinado medio periodístico, al igual que se haga un análisis de las fuentes y el espacio que se les designó a cada partido, esto permitiría determinar el enfoque del medio en el tratamiento de las noticias.

Tomando en cuenta que la investigación a realizar será cualitativa se basará en lo que indica Hernández, et al., (2014) “ En la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza examinando los hechos en sí y en el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo que observa” (p. 8).

Las investigaciones cualitativas se basan más en funciones de explorar y describir que serán de ayuda para generar teorías, se procede de manera minuciosa, paso por paso, detalle por detalle hasta abarcar lo general. La recolección consiste en obtener los puntos de vista de las personas involucradas, específicamente sus emociones, sentimientos, vivencias entre otras.

En este caso se utilizará la investigación cualitativa realizando un análisis exhaustivo de las principales temáticas presentes en las noticias que se publicaron en el Semanario Universidad, específicamente en la segunda ronda electoral en Costa Rica, de igual manera se analizarán las fuentes y el espacio designado por el medio todo esto para determinar el tipo de enfoque en el tratamiento de las noticias.

Lozada (2003) citando a Sierra Bravo (1985) explica que:

El análisis es objetivo, porque los procedimientos pueden ser reproducidos por otros investigadores, siendo susceptibles de verificación; es sistemático, ya que el análisis exige la sujeción a una pauta objetiva determinada que abarque todo el contenido a observar; y es cuantitativo, porque se pueden cifrar numéricamente los resultados del análisis. Por ello, el análisis de contenido es "...equivalente en el estudio de documentos a la investigación por encuesta y sus resultados se condensan, como en ésta, en tablas numéricas" (p. 288).

El análisis de contenido permite explicar lo que se aprecia en la investigación y

demostrar los resultados con una fundamentación estructura, en este caso según Sierra Bravo el estudio de los documentos son equivalentes a realizar una encuesta, porque son el material para cuantificar y explicar lo sucedido.

Por medio de la exploración de los ejemplares impresos se procede a describir lo que se encuentra en cada edición (una por semana ya que es el periodo de publicaciones) durante las 8 semanas que existieron de noticias, en la segunda campaña electoral durante las fechas del 07 de Febrero al 03 de Abril de 2018.

Todo el análisis permitirá ver si de las hipótesis planteadas a través de la investigación se comprueban con los datos que se colectan, ya que son el resultado del estudio, algunas pueden ser verdaderas o quizás descartadas.

No solamente se cuenta con las comunicaciones oral y escrita, sino que también existe el tipo de lenguaje verbal y no verbal que en este caso se utilizará con las personas involucradas en la investigación para considerar más allá de lo que se escuchamos con sus declaraciones tal como lo explica Buck (2002):

Verbal and nonverbal communication are seen in terms of interacting streams of spontaneous and symbolic communication, and posed “pseudo-spontaneous” displays. Spontaneous communication is defined as the nonintentional communication of motivational-emotional states based upon biologically shared nonpropositional signal systems, with information transmitted via displays. Symbolic communication is the intentional communication, using learned, socially shared signal systems, of propositional information transmitted via symbols. Pseudo-spontaneous communication involves the intentional and strategic manipulation of displays. An original meta-analysis demonstrates that, like verbal symbolic communication, nonverbal analogic (pantomimic) communication is related to left hemisphere cerebral processing. In contrast, spontaneous communication is related to the right hemisphere (párr.1).

La comunicación no verbal es una manera de expresarse sin utilizar palabras por medio de la forma en que las personas mueven sus manos, realiza gestos con su rostro o incluso por la manera en que miran mientras se les está entrevistando.

Así que en las entrevistas se compartirá a los entrevistados el resultado obtenido tras la investigación, los fundamentos se utilizarán para confrontar el medio y de acuerdo a lo que arrojen los datos demostrar que sus enfoques afectaron o beneficiaron a un candidato, luego de esto también se harán entrevistas para hacerle saber a los partidos involucrados la situación que se dio en el periódico que quizás no habían contemplado.

Diseño

Un punto muy importante en la investigación es determinar el tipo de diseño que se va utilizar ya que por medio de esto se expone la manera en que se debe resolver el problema que se tenía planteado previamente, tal como lo mencionan Hernández et al.(2010) “Es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en la investigación” (p. 120).

Se utilizará la investigación cualitativa así como lo menciona Hernández et al. Citando a (Sherman y Webb, 1988). Patton (2011) define los datos cualitativos como: “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (p. 9).

Por su parte, la investigación cualitativa proporcionará profundidad en el análisis de los datos, con una riqueza interpretativa, por medio de técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas y revisión de documentos.

La investigación fenomenológica según lo dicho por Díaz (2018) se basa en: “la doctrina, la ciencia debe ser rigurosamente objetiva, pública y comprobable, en tanto que la fenomenología plantea el estudio de la conciencia desde un punto de vista subjetivo: el de un analista entrenado que observa e investiga sus propios estados y procesos mentales” (párr. 1).

Es por esta razón que se debe mantener la objetividad al momento de realizar las entrevistas de profundidad y el análisis de contenido, siempre manteniendo la “malicia” sobre lo que se está recibiendo del entrevistado o lo que se está observando en el material analizado sin dejar que esto cambie el contenido.

Para entender más detalladamente el método fenomenológico se cuenta con las características propuestas por Edmundo Husserl, según lo citado por Uribe (2017):

- Examinar todos los contenidos de la conciencia
- Determinar si tales contenidos son reales, ideales, imaginarios, etc.
- Suspender la conciencia fenomenológica, de manera tal que resulta posible atenerse a lo dado en cuanto a tal y describirlo en su pureza (párr. 6).

Es importante definir el diseño o método que se va a utilizar y para tomar la mejor decisión, se considera tomar de partida estudios previos, definiciones o características sobre lo que se ajusta al tipo de investigación, es por lo que en este caso y como base se utiliza lo que dicho por Hernández, et al., (2014):

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (p.91).

Dicho esto, se obtiene que la investigación sea de carácter exploratorio, tomando en cuenta que se va a examinar la cobertura que se dio en el medio Semanario Universidad durante la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en Costa Rica en su ejemplar impreso.

Se maneja la interrogante sobre la manera en que el medio actuó a nivel periodístico y específicamente no se cuenta con ninguna información o análisis sobre este tema en específico por lo que todo apunta a que no se ha abordado anteriormente, lo que plasma una incertidumbre y por medio de la investigación exploratoria se busca dar a conocer lo que realmente sucedió en la época que se cubría la segunda ronda electoral.

El deseo nace ante la duda y la posibilidad de afectación en la percepción del votante a raíz de las publicaciones por lo que se hará una exploración del periódico impreso.

Pero no solamente se utilizará la investigación exploratoria sino que también se maneja el método descriptivo el cual indica Hernández, et al., (2014):

Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación (p. 98).

Se describirá de manera detallada a las personas que se les realice la entrevista sus características, cargo laboral en este momento de la segunda ronda electoral, sus antecedentes llámense hoja de vida o *curriculum* para de esa manera analizar de acuerdo a sus conocimientos y trabajos la forma en que percibirá el resultado del análisis de la investigación, ya que no será igual en los tres casos que se va a realizar, por lo que las edades de las personas son distintas, sus empleos, experiencia profesional es diferente y por lo tanto sus raíces, valores, procedencia es otra.

El análisis de cada entrevistado funciona para realizar la descripción de la persona envuelta en la investigación y ver su papel en el proceso tanto como implicado, como afectado o espectador.

Por otra parte, el perfil del periódico Semanario Universidad durante el momento de realizar la entrevista también será de ayuda para entender lo que sucedió, el ambiente del lugar donde se da la entrevista, la forma en que se es recibido el entrevistador, el ambiente tenso o de confianza que pueda sentirse en el momento, el respaldo o descontento del medio sobre el tema a tratar serán bases para la investigación descriptiva, se buscará mostrar con precisión los involucrados y los escenarios que se darán en cada entrevista de profundidad.

Pero para entender en qué consiste este tipo de entrevista se tomará como base a Álvarez, et al., (2003):

En las entrevistas en profundidad, siguen el modelo de una conversación normal, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Aunque los investigadores cualitativos no pueden eliminar sus efectos sobre las personas que estudian, intentan controlarlos o reducirlos a un mínimo, o por lo menos entenderlos cuando interpretan sus datos [R. Emerson, citado en S. Taylor y R. Bogdan 1996]. Esta característica de la investigación cualitativa proviene del planteamiento que Blumer presentó en 1928, en el cual sostiene que el hecho definitorio de la investigación naturalista es su respeto por la naturaleza del mundo social (p. 24).

La idea es dejar que fluya la conversación y de esta forma no se ejerce una presión sobre el entrevistado y se le permite de una manera fluida expresarse fácilmente, no es recomendable mantener un ambiente de tensión o nerviosismo ya que se verá reflejado en las respuestas, en el tono de voz y hasta en un posible titubeo.

Muestra y población

La resolución sobre el modo de obtener los datos e identificar cuáles son las personas ideales para brindar la mejor información son decisiones que se toman en el campo, ya que se busca reflejar la realidad de lo que sucede y de obtener los diversos puntos de vista de los participantes, para reconocer cuales son las estrategias de muestreo

más recomendadas por el tipo de investigación se tomará en cuenta lo que señala Hernández, et al., (2014):

Tomando en cuenta criterios de rigor, estratégicos, éticos y pragmáticos, como se explicará a continuación. Por lo general son tres los factores que intervienen para “determinar” o sugerir el número de casos:

1. Capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que tenemos).
2. El entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación, que más adelante se denominará “saturación de categorías”).
3. La naturaleza del fenómeno en análisis (si los casos o unidades son frecuentes y accesibles o no, si recolectar la información correspondiente lleva poco o mucho tiempo) (p. 384).

El análisis se realizará a ocho periódicos impresos del medio Semanario Universidad las publicaciones se realizan semanalmente y corresponderá a las fechas:

- Semana del 7 de Febrero al 13 de Febrero
Edición #2214
- Semana del 14 de Febrero al 20 de febrero
Edición #2215
- Semana del 21 de febrero al 27 de febrero
Edición #2216
- Semana del 28 de febrero al 06 de marzo
Edición #2217
- Semana del 07 de Marzo al 13 de Marzo
Edición #2218
- Semana del 14 de Marzo al 20 de Marzo
Edición #2219

- Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo
Edición # 2220
- Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril
Edición #2221

Se pretende hacer el análisis por medio del periódico impreso ya que las publicaciones digitales son diferentes, y por ese motivo no se tendría un detalle visual y palpable del diseño y la estructura de las noticias de manera tan exacta con en la forma impresa.

Así que de manera realista considerando que el medio impreso es la mejor opción y a nivel de recursos económicos y de tiempo, además sin dejar destacar que el análisis de ocho periódicos permitirá detallar minuciosamente, cada nota en contraste a las publicaciones web y de redes sociales que incluso podrían haber sido borradas y en ese caso no se contaría con el material completo para realizar la investigación.

El entendimiento del fenómeno se hará con base a las noticias en el área de política que se observan en el periódico, en este caso se buscarán las noticias sobre los candidatos en estudio (Carlos Alvarado PAC y Fabricio Alvarado PRN) se estudiarán las principales temáticas que estuvieron presentes en las noticias (entiéndase especulación, fanatismo, religión, derechos humanos, unión de género, estudios políticos, falta de títulos entre otros)

El análisis de las fuentes utilizadas en las notas reflejará sí se acudía en específico a ciertas personas que quizás daban sus puntos de vista basado en su ideología política y no en sus profesiones o cargos, por lo que en ese caso se arrojaría la interrogante del porqué no se utilizaron más fuentes para aportar variedad o del porqué no identificaron que se le estaba perdiendo el valor objetivo a la noticia.

Otra área a evaluar es la escogencia entre el área de la publicación de la noticia, su proporción, diseño y espacio además de contemplar el uso de las fotografías de respaldo para una noticia y para otras no, por lo que cabe la idea de que se le daría una minimización a cierto candidato y una amplia cobertura a otro.

Se utilizarán cuatro entrevistas de profundidad entre las cuáles se tomarán en cuenta los principales involucrados en la investigación, una de las entrevistas será al jefe de redacción del periódico Semanario Universidad, Javier Córdoba en este caso se le dará a conocer el resultado de la investigación y el punto de vista de los dos partidos involucrados en la segunda ronda, llámese afectados o beneficiados.

También se entrevistará al encargado de prensa del partido Restauración nacional (PRN) Juan Diego López donde se le harán preguntas para conocer su punto de vista sobre la forma en que el medio manejo la información en el tiempo electoral, además de darle a conocer los resultados arrojados tras el análisis para de esta manera escuchar detalladamente su opinión al respecto.

Otra de las entrevistas de profundidad se realiza al vocero del partido Acción Ciudadana (PAC) o encargado de prensa con la misma finalidad de lo tratado con el encargado de prensa del partido Restauración Nacional.

Se finaliza con la entrevista a un politólogo para conocer su punto de vista acerca de lo que se evidencia a raíz de la investigación, con esto se obtendrían las opiniones, reacciones o denuncias de los puntos fundamentales en la campaña electoral de la segunda ronda del 1 de abril del 2018 en Costa Rica.

Unidades de análisis

La revisión de los objetivos específicos de la presente investigación será analizada de acuerdo con las variables respectivas, también conocidas como unidades de observación.

Según Hernández et al., (2014). “Aquí el interés se centra en “qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio (las unidades de muestreo), lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación” (p. 172).

Variables

Tabla 1. Variables.

SEMANARIO UNIVERSIDAD

OBJETIVO	UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLE CONCEPTUAL
<p>Estudiar las principales temáticas presentes en las noticias publicadas por Semanario Universidad sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica que motivaron su inclusión en la agenda informativa.</p>	<p>Temáticas De Las Noticias</p>	<p>Fontana (2012) citando a Wolf (1991) definió la tematización como: “un procedimiento informativo perteneciente a la Agenda-Setting, que supone poner un asunto en el orden de día de la atención pública, darle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad” (p.2).</p>
<p>Analizar las fuentes utilizadas y el espacio designado por Semanario Universidad a las noticias sobre la segunda ronda electoral</p>	<p>Fuentes Y espacios de las noticias</p>	<p>González (2013) Citando a Torres (1999) define las Fuentes Periodísticas como: “todos aquellos instrumentos y recursos que sirven para satisfacer las necesidades informativas de cualquier persona, se hayan creado o no con ese fin y sean utilizadas directamente o por un profesional de la información como por un intermediario”(párr.2).</p> <p>Espacio de las noticias: Soengas (2008) El autor advierte que: “son los elementos que más se emplean para manipular y, por ello, analiza los factores esenciales para descubrir trucos y engaños”. “Aquí, la tarea complicada para el periodista consiste en relacionar tiempos y espacios que corresponden a códigos y a contextos distintos, pero que tienen</p>

		que convivir en un mismo formato”. (párr.8).
Determinar el tipo de enfoque utilizado por Semanario Universidad para el tratamiento de las noticias sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica	Enfoque De la noticia	Soengas (2008) considera que “el enfoque correcto de la noticia es determinante para que el espectador tenga un conocimiento objetivo de los hechos” (párr.3).

Nota: Elaboración propia

Instrumentos

Los instrumentos que se utilizarán en la presente investigación serán entrevista de profundidad y análisis de contenido, en el primero caso se toma la decisión de entrevista porque aporta información con la que no se contaba, ya que no es algo que se podría obtener con una simple observación sino que de esa manera y con las preguntas correctas en formato abierto (dejando de lado la respuesta sí o no) se suma contenido importante para la investigación, de modo que se obtienen datos que quizás no están publicados en ningún otro sitio y que incluso nadie les ha preguntado ya que la idea es obtener datos nuevos, diferentes que aporten información.

El análisis de contenido de las ediciones impresas son el material necesario para identificar y documentar el accionar del Semanario Universidad en la segunda ronda electoral es por esta razón que se buscaran los ejemplares que corresponden a las ediciones: #2214, #2215, #2216, #2217, #2218, #2219, #2220 y #2221

Entrevista de Profundidad

La entrevista es sumamente importante porque permite un contraste de los hallazgos del análisis de contenido, como entrevistador se debe estar muy atento a todo lo que sucede, se puede valer la tecnología para grabar en audio y video para repetir la cantidad necesaria lo que se está presentando en ese instante.

Por medio de una grabadora se puede captar todo lo que se dice, hay que prestar atención a los detalles ya que en ocasiones si no se está atento pueden ser omitidos y por el contrario al estar preparados esa frase o gesto puede reflejar que algo no anda bien, o una posible excusa u omisión de lo que se ha preguntado es clave para determinar que algo sucede.

Los datos se recopilan por medio de las entrevistas de profundidad ya que una simple conversación no es suficiente, su término profundidad es porque se busca adentrarse en la vida de la persona que se está entrevistando.

Detallar muy minuciosamente cada frase, gesto, alegría, miedo, enojo, por lo que según Robles,(2011) citando a [Taylor y Bogdan, 1990] “La entrevista en profundidad sigue el modelo de plática entre iguales, “encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes” (p. 40).

En estas entrevistas no hay un trato discriminatorio se dan en el mejor de los casos con un ambiente igualitario donde el entrevistador escucha atentamente cada palabra que va surgiendo de las interrogantes que se había planteado con anterioridad.

Incluso podría repreguntar o detectar si hay evasión del tema, y ser muy audaz de cambiar su pregunta sin perder el enfoque y obtener la respuesta que buscaba.

Robles (2011) citando a Cicourel (1982) menciona que las entrevistas de profundidad “consiste en adelantarse al mundo privado y personal de extraños con la finalidad de obtener información de su vida cotidiana” (p. 40).

En pocas palabras tal como es mencionado anteriormente la entrevista ayuda a conseguir datos, fechas, nombres, acciones, ideas, direcciones, declaraciones y demás sobre un hecho relacionado a quien se le está consultando por lo que se adentra en su vida personal.

Entre las entrevistas a realizar está el Semanario Universidad donde se le consultará en que se basaron para la selección de las temáticas utilizadas en la segunda ronda electoral, además conocer cuales, medidas tomaron para evitar que las fuentes no mostraran una inclinación hacia cierto partido.

Se suma el detalle de conocer en que se fundamentaron para determinar que noticias debían ser asignadas a la portada, adicional a esto saber quién determina el enfoque del medio, si lo hace el director en conjunto a los periodistas o solamente el director, para finalizar se consultaría las características de la línea editorial del medio.

Otra de las entrevistas es al Partido Restauración Nacional (PRN), con el fin de conocer su punto de vista sobre la manera en que el periódico semanario Universidad difundió las noticias relacionadas a su partido en la segunda ronda electoral

Además conocer, en caso de que estuviera en sus manos elegir una elección) sobre las temáticas del medio, cuáles eliminaría y cuáles respaldaría.

Una de las interrogantes es su opinión respecto al espacio que se les asignaba en las noticias, si consideraba era el correcto o por el contrario muy pequeño o en una zona no accesible al lector, además conocer como partido político que tipo de información compartían con el Semanario.

Entre los puntos a determinar se busca conocer si considera prudente que la primera plana se le asigne de manera preferencial a algún partido y cuáles considera deberían ser las características necesarias para posicionarse en este sitio.

La siguiente entrevista se realizaría al otro partido involucrado como lo es el Partido Acción Ciudadana (PAC), se le realizarían las mismas preguntas que se utilizaron con el Partido Restauración Nacional (PRN) considerando que la idea de la entrevista de profundidad es conocer el punto de vista de lo que sucedió en la segunda ronda electoral sin

darle una preferencia a ninguno de los candidatos presidenciales, por ese motivo el cuestionario será el mismo.

Se finaliza con una entrevista a un politólogo donde se le dará a conocer las respuestas recibidas por los dos partidos y el Semanario Universidad, para que mediante su conocimiento analice el contexto de lo comentado.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección de la investigación, se desarrollan los procedimientos mencionados anteriormente y se explicarán los resultados finales que responden a los objetivos planteados al inicio de la investigación.

Gómez (2012) explica que después de obtener la información necesaria, debe ser analizada para valorar y comprender la información y las relaciones que posee la investigación junto a los elementos:

Como sabemos, uno de los propósitos de la investigación es recopilar datos, para después analizarlos y confrontarlos con las hipótesis planteadas, y así obtener conclusiones significativas; para realizar esto, los medios, dependen específicamente del tipo de investigación efectuada y de los instrumentos seleccionados (p. 71).

Análisis de contenido:

El análisis de contenido que se realiza busca fundamentar de manera objetiva, para esto se utilizará el contenido del estudio y mediante el, se establece el resultado y gracias a esto se comparte a la población involucrada.

Analizar es descomponer un hecho, fenómeno, problema o texto en pequeñas partes para entenderlo de una mejor manera, Lozada (2003) citando a (Forcese, 1973, citado por

Sierra Bravo, 1985 define como: "una técnica para cuantificar datos secundarios: consiste básicamente en el aislamiento y recuento de unidades e indicadores de los fenómenos en que estamos interesados" (p. 288).

Por lo que en la presente investigación se realizará un aislamiento de las notas sobre política enfocadas en los partidos de la segunda ronda, que se encuentran bajo el análisis publicadas en el semanario Universidad donde se hará un recuento de los fenómenos que se buscan cumplir en los objetivos específicos de la investigación

En este caso se realiza un análisis de contenido de las ocho ediciones impresas del periódico Semanario Universidad para estudiar las principales temáticas presentes en las noticias realizadas durante la segunda ronda electoral de Costa Rica.

Se consideran ocho ediciones impresas (una por semana) y corresponderán a las fechas:

- Semana del 7 de Febrero al 13 de Febrero
Edición #2214
- Semana del 14 de Febrero al 20 de febrero
Edición #2215
- Semana del 21 de febrero al 27 de febrero
Edición #2216
- Semana del 28 de febrero al 06 de marzo
Edición #2217
- Semana del 07 de Marzo al 13 de Marzo
Edición #2218
- Semana del 14 de Marzo al 20 de Marzo
Edición #2219
- Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo
Edición #2220
- Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril
Edición #2221

Además se fundamenta en el análisis de las fuentes utilizadas y el espacio que designó el periódico para las noticias de los candidatos involucrados en este caso, entiéndase Carlos Alvarado por el partido Acción Ciudadana (PAC) y Fabricio Alvarado por el partido restauración Nacional (PRN), los análisis permitirán determinar el tipo de enfoque utilizado por el medio para el tratamiento noticioso.

El investigador también cumple el papel de instrumento solo que en este caso debe tomar en cuenta ciertas medidas como señala López (2002):

Los datos son filtrados por el criterio del investigador, de esta forma es evidente que los datos que se extraigan desde este paradigma serán subjetivos. Para evitar este peligro, el investigador debe adiestrarse en una disciplina personal, adoptando una «subjetividad disciplinada», que requiere: autoconciencia, examen riguroso, reflexión continua y «análisis recursivo». De igual forma, se puede emprender el uso sistemático del criticismo externo y la ayuda de críticos (p. 169).

De igual manera se tomará en cuenta si las notas realizadas por los periodistas eran equilibradas o en caso contrario externaban opiniones ideológicas del medio, otra de las interrogantes es la posible existencia de favoritismo para alguno de los candidatos por medio del enfoque que se le daba a las publicaciones y que estas desencadenaran una manipulación del lector que tomó las noticias como base para realizar su voto.

Además de comparar si de manera gráfica el espacio designado a las publicaciones entre un candidato y otro era desproporcional, a través del análisis se podrá conocer si las suposiciones se convierten en teorías o por el contrario hay que descartarlas.

El análisis de contenido se realizará con base en los objetivos específicos de la investigación en este caso el primero consiste en:

Estudiar las principales temáticas presentes en las noticias publicadas por Semanario Universidad sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica que motivaron su inclusión en la agenda informativa, tomando esto en cuenta tenemos que :

Fernández (2002) citando a Kerlinger (1988), se considera sobre todo como un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aún de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones (p. 37).

Se complementará con la clasificación de las temáticas en los siguientes tipos de noticias:

- **Futuro:** Dónde se hable acerca de lo que se podría esperar para el país en dado caso del gane de algún candidato, de resultados que se contemplan o consideren viables para Costa Rica, como acciones o respuestas ante actividades del futuro candidato presidencial.
- **Pasado:** actividades, hechos, vivencias del pasado que se traen a la actualidad con el fin de afectar de manera negativa la campaña, en caso del candidato o familiares cercanos.
- **Interés humano:** temas sobre las familias, personas cercanas al candidato, acciones que se destaquen que realiza el candidato fuera del tema político.
- **Religión:** Temas acerca de los valores religiosos de algún candidato o palabras que den a entenderlo.
- **Educación:** noticias sobre la preparación académica, llámese estudios realizados o inconclusos, títulos, preparación en el extranjero, idiomas.
- **Laboral:** sobre anteriores empleos de los candidatos, llámense públicos o títulos políticos que desempeñaran antes de apostar por tomar las riendas de Costa Rica.
- **Planes de gobierno:** temas sobre los principales puntos a seguir de las campañas de gobierno, propuestas en debates y frases que identifiquen los ideales de la campaña.
- **Actividades extracurriculares:** que hacen los candidatos en sus tiempos libres, como se distraen, notas sobre su vida personal o incluso de sus familiares o allegados.

- **Farándula:** sobre temas de rasgos físicos, dotes, actividades en sus redes sociales, interacción con el medio, notas fuera de la política que sea acerca de sus hobbies entendiéndose actividades extra curriculares.
- **Financieros:** Costos de campaña, uso de fondos, contrataciones de publicidad, gastos relacionados al partido, montos de inversión, donaciones, aportes de terceros a l partido político.
- **Rumores:** noticias sobre especulaciones, mal información, rumores que se publican en redes sociales o cualquier medio de información.

Para el segundo objetivo se debe: Analizar las fuentes utilizadas y el espacio designado por Semanario Universidad a las noticias sobre la segunda ronda electoral

En el tema de fuentes se clasifica en:

- Voceros, encargados de prensa del Partido Acción Ciudadana
- Voceros, encargados de prensa del Partido Restauración Nacional
- Diputados de diferentes fracciones
- Tribunal Supremo de Elecciones
- Ministerio de Educación Pública
- Comunicados de prensa de los partidos
- Artículos , leyes, documentos oficiales
- Debates
- Encuestadoras
- Redes sociales
- Ministros
- ex ministros, ex presidentes, ex diputados
- Sociólogos
- Politólogos
- Economista
- Diputados
- Publicaciones de prensa
- Programas de Radio
- Sin especificar

Para analizar el espacio se tomará en cuenta las palabras de Paricio (2000) citando a Fontcuberta (1993) donde apunta que :

"El aspecto formal de una información no se limita a ofrecer un aspecto visual agradable, sino que tiene dos objetivos: facilitar el acceso de esa información al público y valorar la información. El formato de un medio refleja el valor que otorga a las informaciones que presenta, y los receptores interpretan el medio en función de las reglas que él mismo enseña" (párr.13).

Es por esto y tal como se menciona anteriormente se procede a dividir el espacio en categorías para realizar un análisis más detallado en la siguiente clasificación:

- **Primera plana:** Primera página es la plana principal del periódico, aquí se muestran las noticias más relevantes para captar la atención del público y que este se interese en leer el periódico, además en él se encuentra el nombre del periódico junto a los temas de mayor importancia.
- **Contra portada:** Es la última página y sirve como contrapunto de la primera algunos medios la utilizan para complementar una noticia o simplemente como espacio de publicidad.
- **Página par:** 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14 y así de manera sucesiva hasta acabar con la cantidad de páginas de la edición.
- **Página impar:** 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15 y así de manera sucesiva hasta acabar con la cantidad de páginas de la edición.
- **Página completa:** Espacio completo de la página acaparado por la noticia.
- **Espacio Horizontal:** Formato en que se imprima la nota.
- **Espacio vertical:** Formato en que se imprima la nota.
- **Extensión de nota corta:** Noticias que abarca de 2 a 3 párrafos
- **Extensión de nota media:** Que abarca de 3 a 6 párrafos)
- **Extensión de nota larga :**Que abarca de más de 6 párrafos)
- **Acompañamiento gráfico (fotografías, escalas, cuadros porcentuales):** Uso de fotografías con su respectivo pie de foto, gráficos, escalas, porcentajes, infografías o cualquier material que le genere un aporte a la noticia.
- **Sin acompañamiento gráfico:** Ningún tipo de imagen o detalle aparte de la noticia.

Basado en el tercer objetivo se busca determinar el tipo de enfoque utilizado por Semanario Universidad para el tratamiento de las noticias sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica, para esto el tipo de enfoque se dividirá en las siguientes secciones:

- **Noticia informativa:** Es el relato de un acontecimiento de actualidad, cuenta los hechos tal y como suceden sin intervenir con opiniones personales.
- **Investigativa:** Aporta antecedentes, proyecciones, información más detallada y sustanciosa.
- **De opinión:** No refleja en todos los casos la opinión del medio sino de quien la escribe brinda su exposición y argumentación acerca de un tema, es subjetiva y brinda la percepción del escritor.
- **Editorial:** Habla sobre el pensamiento ideológico del medio, pertenece al género narrativo, y consiste en un texto expositivo-argumentativo.
- **Crónica:** Obra literaria en la que se narran hechos, cuenta la noticia en lapsos, fechas, minutos.
- **Positiva a favor del candidato:** Exalta sus labores, ideales, pensamientos y todo lo relacionado a él, lenguaje adulador.
- **Negativa para el candidato:** Es crítica, señala detalles negativos del candidato o campaña, aporta lenguaje clasista y encasillador.
- **Religioso:** Trata de destacar temas religiosos, exponiéndolos por medio de palabras o sinónimos para enmarcar
- **Título influenciador:** Señala, reafirma acciones negativas o positivas con el fin de impactar al lector.

Referente Institucional

Semanario Universidad

El medio que se analizará en esta investigación es el periódico el Semanario Universidad, creado por la Universidad de Costa Rica en busca de la defensa de la institucionalidad costarricense, su primera edición se dio el 28 de septiembre de 1970.

Dicho ejemplar se trabaja bajo la dirección del abogado Manuel Formoso Herrera, se trató de una publicación de 16 páginas en formato tabloide con un costo de ¢0,25 (veinticinco céntimos) por ejemplar.

Ese primer número tuvo un tiraje de 1.000 ejemplares y su título principal fue “El 10 de octubre se elige Rector”, el cual anunciaba el cercano proceso electoral en la UCR.

Desde su aparición hasta 1993, la sede del Semanario Universidad estuvo ubicada al lado de la entrada principal de la Facultad de Ciencias Sociales. Luego se trasladó a un edificio ubicado entre el Canal 15 y la Escuela de Arquitectura, en el Campus Rodrigo Facio Brenes de la Universidad de Costa Rica, en San Pedro de Montes de Oca, donde sigue operando a la fecha de publicación de la presente investigación.

Nació bajo los ideales de intelectuales y profesores de la Universidad de Costa Rica quienes deciden a finales de los años sesenta empezar con sus publicaciones.

Informa-tico(2015) señala que: “El Semanario fue creado para ser una Comunidad universitaria y nacional para que pudiera informarse y expresar libremente el pensamiento y las opiniones sobre los acontecimientos nacionales y mundiales y difundir el quehacer universitario” (párr. 2).

A su vez la redacción de Informa-tico.com explica que el mundo universitario estaba siendo testigo de acontecimientos mundiales de gran impacto “la Guerra de Vietnam, el Mayo Francés, el movimiento Hippie, el surgimiento de los pacifistas, entre otros” que marcaron en los jóvenes una responsabilidad de no quedarse de brazos cruzados.

Tiene 48 años en circulación, el Semanario realiza publicaciones impresas una vez por semana, pero también a causa de los avances tecnológicos ofrece noticias en su página web a partir de 1996 comenzó a compartir su versión digital en Internet y en la red social de Facebook bajo el nombre: Semanario Universidad y con 127.444 de seguidores y en Twitter como: @SemanarioU con 40.354 seguidores (Datos tomados de las redes sociales, el 22 de mayo, 2018).

“Se ha identificado con ideas más de izquierda, ha sido ese espectro con el que se ha volcado el periódico históricamente en sus 48 años, ahora nosotros hemos procurado de unos 5 años para acá de cambiar un poco “mencionó Javier Córdoba

Isaac Felipe Azofeifa, Manuel Formoso, su primer director, Rafael Obregón Loría, Constantino Láscaris y Daniel Gallegos fueron los pioneros de Semanario Universidad, actualmente y según actualización de datos brindada por Javier Córdoba el periódico está conformado por: El director Ernesto Rivera, el jefe de redacción es Javier Córdoba y la directora de investigación Hulda Miranda.

Misión

Según menciona Javier Córdoba jefe de redacción de Semanario Universidad, la Misión es: Ser un medio de comunicación crítico, formativo, independiente y pluralista con alcance nacional e internacional, que garantice la libre expresión de ideas y el derecho a la información; y que contribuya con los fines de la Universidad de Costa Rica en la construcción de una sociedad más justa, mediante un equipo de trabajo profesional comprometido con esta misión.

Visión

Córdoba indica que la visión corresponde a : Ser un medio de comunicación moderno e influyente que investigue e informe sobre los hechos de mayor interés nacional e internacional; y que garantice a la opinión pública el derecho a la información como un pilar fundamental de los derechos humanos, por medio del libre intercambio de ideas y pensamientos de la ciudadanía costarricense, con el fin de contribuir con el desarrollo de un modelo nacional solidario, pacífico, libre, participativo y soberano.

Objetivos

Para finalizar sobre la información del referente institucional, Córdoba menciona los objetivos del Semanario de la siguiente manera:

- Contribuir con la consecución de los fines generales de la Universidad de Costa Rica.
- Participar en la formación y el perfeccionamiento de la opinión pública universitaria y nacional.
- Servir como medio de difusión de las diversas expresiones del pensamiento contemporáneo.
- Mantener en el ejercicio de su función una alta calidad intelectual, académica y profesional.
- Proyectar la función cultural de la Universidad a la comunidad.
- Fomentar, contribuir a formar y desarrollar la conciencia de los valores culturales de nuestro pueblo y el respeto por los fundamentos de nuestra nacionalidad.
- Contribuir con la defensa de los derechos humanos.

Método de análisis de resultados

En este punto se determina el orden de la aplicación de las entrevistas, la primera será al medio Semanario Universidad seguido de la entrevista a los partidos políticos que en este caso el orden es irrelevante ya que se utilizará el mismo cuestionario, se finaliza con el aporte del politólogo para tener un contraste de lo que han expuesto los demás involucrados.

La información nace del análisis de los periódicos, y por medio del programa de computadora Excel se tomarán las noticias de política sobre los candidatos o partidos (PAC y PRN) en el periodo de la segunda etapa electoral y se distribuirán según la temática, las fuentes, el espacio y el enfoque.

Luego de clasificarlas se procederá a explicar el por qué se han dividido en esas secciones de manera que se toman partes, frases, declaraciones, nombres o fotografías de la noticia que ejemplifiquen la distribución asignada.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de contenido del Periódico impreso Semanario Universidad

Semana del 7de Febrero al 13 de Febrero

ESPACIO:

Primera plana

Título principal: ¿Qué nos pasó?

Títulos Secundarios:

- Uno de cada cuatro votos para diputados fue a partidos cristianos
- Mitad de congresistas de Restauración nacional son pastores evangélicos
- Siete candidatos a presidente apenas rondaron el 1% de los votos
- El fenómeno de las pantallas y las redes sociales
- El abstencionismo llegó para quedarse
- Las costarricenses de nuestras mentes

Contra portada

- Anuncio , no política

Semana del 7de Febrero al 13 de Febrero

ESPACIO:

- Página par #2 e impar #3
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA : Futuro

- Título : Resultado electoral: dos rondas y dos realidades

FUENTES :

- Encuestadora: Investigador Ronald Alfaro del Centro de investigación y estudios políticos
- Socióloga : De la Religión e investigadora de la Universidad Nacional Laura Fuentes
- Politólogo : Gustavo Araya
- Sociólogo: Randall Blanco

ENFOQUE: Religioso:

Se considera de manera religiosa porque se refiere incluso de manera puntual que la religión tomó gran partido en la forma que se dieron las votaciones, incluso señalando que se dio una afectación en el ámbito electoral tal y como se indica en la edición #2214 del Seminario Universidad : “ La jornada electoral ratificó el enorme impacto del factor **religioso** que, por primera vez en la historia nacional favorece con medio millón de votos (24,9%) a un representante del creciente y dinámico sector **evangélico**” (p.2). Continuando con el enfoque religioso se hace uso de vocablos sugestivos en referencia al candidato del partido Restauración Nacional según la edición #2214 del Seminario Universidad : “ El ex periodista, **predicador** y diputado Fabricio Alvarado simboliza ahora mucho más que su pequeño partido de Restauración Nacional fundado por el **pastor** Carlos Avendaño ”(p. 2).

*Semana del 7de Febrero al 13 de Febrero*ESPACIO:

- Página par #8 e impar #9
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 2 fotografías

TEMATICA : Futuro

- Título : “Costa Rica está en riesgo de que perdamos el camino republicano”.

FUENTES: Candidato a la presidencia : Carlos Alvarado

ENFOQUE: El enfoque se considera noticia informativa, tomando en cuenta que es una entrevista de profundidad, realizada al candidato Carlos Alvarado, donde se le hacen preguntas sobre su campaña política, por ejemplo se le consulta según la edición #2214 del Seminario Universidad “¿va a tratar de formar su gabinete imitando de alguna manera el sistema parlamentario de hacer gobierno con otros partidos?, ¿Cómo va a tener resultados casi de inmediato para bajar la tasa de homicidios?”(p.8). Es por este motivo que se ha determinado que el enfoque es el de informar y no interfiere la opinión del periodista.

Semana del 7de Febrero al 13 de Febrero

ESPACIO:

- Página par #12 e impar #13
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 14 fotografías

TEMATICA : Religión

- Pre título: Conformación de nueva asamblea legislativa
- Título : Mitad de diputados de Restauración nacional son pastores evangélicos

FUENTES :

- Tribunal supremo de elecciones TSE
- Redes Sociales
- Artículo de la Constitución política #28
- Artículo del Código Electoral #87

ENFOQUE: Negativo para el candidato: Es una manera despectiva de referirse al candidato Fabricio Alvarado, señalando que la mitad de los diputados de su partido son pastores evangélicos, donde intentan encasillar y resaltar ese detalle , dejando de lado que incluso no se puede utilizar la religión como propaganda electoral. Un ejemplo de esto se manifiesta en la edición #2214 del Seminario Universidad donde menciona que: “Se trata de una novedosa tendencia que caracteriza a los nuevos representantes de un **partido de corte religioso**, que ha logrado un auge insólito en esta campaña electoral bajo **la bandera de los valores y principios cristianos**” (p.12).

Semana del 14 al 20 de febrero**ESPACIO:**

Primera plana Título principal: Estudio de CIEP sobre intención de voto para la segunda ronda electoral empatados en el aire

Títulos Secundarios:

- Pesos pesados del PLN llaman a votar por Carlos Alvarado
- Interpretación religiosa de programas sobre sexualidad empañó inicio de clases

Contra portada

- Anuncio , no política

Semana del 14 al 20 de febrero**ESPACIO :**

- Página par #4
- Extensión de nota media

- Acompañamiento gráfico : 3 fotografías

TEMATICA : Religión

- Pre título: Amenaza de fundamentalismo religioso motiva a sector progresista del partido, pese a resentimientos.
- Título: Pesos pesados del PLN llaman a votar por Carlos Alvarado

FUENTES:

- Redes Sociales de : Fernando Ferraro, María Luisa Ávila y Leonardo Garnier
- Publicaciones de prensa (noticia del Periódico La nación: Francisco Antonio Pacheco

ENFOQUE: Se posiciona en título influenciador ya que indica que los pesos pesados hacen un llamado para que las personas voten por Carlos Alvarado, de esta manera a todas luces están indicando o haciendo un llamado que puede cambiar la manera de pensar del votante.

En este caso su narración define lo siguiente: según la edición #2215 del Seminario Universidad

“No era su primera opción y quizás tampoco la segunda, sin embargo, para esta segunda ronda **ya son tres las figuras del Partido Liberación nacional (PLN) que anunciaron públicamente su adhesión** al candidato del partido acción ciudadana , (PAC) Carlos Alvarado”(p.4).

La forma de detallar que tres figuras del PLN anuncian que dan su adhesión al PAC es la manera en que se influencia sobre lo que los “altos puestos hacen” y se da a entender que la población debería hacer lo mismo.

*Semana del 14 al 20 de febrero*ESPACIO:

- Página impar #5
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico 1 fotografía

TEMATICAS: Futuro

- Título : “El PAC sabe que tan grande es la crisis”.

FUENTES:

- Ex ministro Leonardo Garnier

ENFOQUE: Negativo para el candidato Fabricio Alvarado considerando que en la entrevista realizada al ex ministro Garnier manifiesta a todas luces que está en contra de Fabricio Alvarado tal y como lo menciona en la edición #2215 del Seminario Universidad .

“Yo no veo en la propuesta de Fabricio Alvarado una propuesta religiosa, a mí me parece **que aquí hay una propuesta política, mercantil** y religiosauno ve como hay una corriente de cierto tipo de grupos **evangélicos pentecostales con una vocación muy grande de poder**”(p.5).

Es por este motivo que la noticia se ha clasificado en enfoque negativo para el candidato de Restauración Nacional porque es señalada y prácticamente atacado con alevosía.

*Semana del 14 al 20 de febrero*ESPACIO:

- Página par #6 e impar #7
- Extensión de nota larga

- Acompañamiento gráfico 1 fotografía + 1 infografía

TEMATICA : Religión y educación

- Pre título: Padres y activistas bloquearon acceso de niños educación pública
- Título: Interpretación religiosa de programa sobre sexualidad empañó inicio de clases

FUENTES :

- Ministerio de Educación Pública: Directora nacional de vida estudiantil Kathia Grosser
- Testigo padre de familia
- Encuestadora INEC
- Asesora en educación del PRN Marisela rojas
- Ministra de educación pública Sonia Marta Mora

ENFOQUE:

Religioso ya que desde el inicio por medio del título se destaca que la **interpretación religiosa de programas sobre sexualidad empañó** inicio de clases y no solamente se acaba ahí sino que también en la edición #2215 del Seminario Universidad dice que :“Los programas de educación para la afectividad y sexualidad integral del ministerio de Educación Pública (MEP) **atraves de una visión religiosa o literal de la biblia**, impulsó a un grupo de activistas y padres de familia a impedir el inicio a clases ” (p.6) , la noticia señala a la religión como la causante de las protestas por parte de los padres de familia.

Semana del 14 al 20 de febrero

ESPACIO:

- Página par #8
- Extensión de nota larga

- Acompañamiento gráfico : Ficha técnica , estudio de opinión publica CIEP

TEMATICA:

Futuro

- Pre título: Estudio del CIEP- UCR posterior a primera vuelta
- Título: Arranque parejo hacia la 2ª ronda

FUENTES :

- Encuestadoras : Centro de investigación y estudios políticos CIEP de la Universidad de Costa Rica

ENFOQUE:

Noticia informativa , ya que trasmite información sobre cómo se vivieron las elecciones de la segunda ronda en el 2014, además de tratar datos del estudio del Centro de Investigación y Estudios Políticos CIEP como se nota en la edición #2215 del Seminario Universidad “con bastiones muy diferentes y necesidad de crecer Fabricio Alvarado y Carlos Alvarado protagonizan una segunda vuelta muy distinta a la de 2014” (p.8).

Semana del 14 al 20 de febrero

ESPACIO:

- Página impar #9
- Extensión de nota corta
- Acompañamiento gráfico : Estudio de opinión publica CIEP-UCR

TEMATICA : Futuro

- Título : El suelo de Cartago no es fértil para Fabricio Alvarado

FUENTES :

- Encuestadoras: Centro de investigación y estudios políticos CIEP de la Universidad de Costa Rica

ENFOQUE:

Negativa para el candidato , porque se está etiquetando que el suelo de Cartago no es fértil para Fabricio Alvarado, incluso se llega a predecir que en caso de que la elección dependiera de los cartagineses claramente perdería, como se publicó en la edición #2215 del Seminario Universidad : “ Si **el país permitiera que los cartagineses decidieran la 2da ronda electoral**, Fabricio Alvarado sacaría solo un 16%” (p.9). Esto podría hacer que las personas que viven en esta zona y que habían considerado estar a favor de RSN entren en duda sobre si su voto podría hacer un cambio en los % o simplemente desiste de ejercer el sufragio por considerar que ya está perdido todo.

Semana del 21 de febrero al 27 de febrero**ESPACIO:****Primera plana** Título principal:

- Desacuerdo de fracciones legislativas proyectos fiscales quedan en cuidados intensivos

Título secundarios:

- Falta de oportunidades y embarazo adolescente son sinónimos
- Erosión marina sobre playa Moín es veloz e implacable
- Duda: Hacer justicia implica inclinar la balanza

Contra portada

- Anuncios, no Política

ESPACIO:

- Página par #2
- Extensión de nota media

- Acompañamiento gráfico : 1 estudio de opinión CIEP –UCR

TEMATICA : Religión

- Pre título: Análisis de encuesta CIEP-UCR posterior a la 1ª ronda
- Título: Evangélicos son la base de Fabricio pero no todos lo apoyan

FUENTES :

- Encuestadoras: Centro de investigación y estudios políticos CIEP de la Universidad de Costa Rica

ENFOQUE:

Se considera religioso desde el inicio de la nota porque está enfocado en demostrar que la composición del voto de Fabricio es afiliación religiosa, se identifica en la edición #2216 del Seminario Universidad , donde menciona que : “Unos 350.000 costarricenses **de religión cristiana evangélica**, fueron el musculo fuerte del candidato del partido restauración nacional” (p.2). también se continua detallando en “esta campaña estuvo marcada por el **shock religioso** provocado por la emisión de la opinión consultiva de la corte interamericana de los derechos humanos”(p.2) de tal manera que se genera mucho énfasis en el tema religioso.

Semana del 28 de febrero al 06 de marzo

ESPACIO:

Primera plana

- Título principal: Recaudación fiscal proveniente de combustibles, Dinero sucio
- Titulo secundarios:
- Aumento en agresiones contra personas LGTB causa alarma
- Apoyos del PLN a Fabricio Alvarado encienden motores

Contra portada

- Anuncios, no Política

ESPACIO:

- Página par #2
- Extensión de nota media
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA :

Futuro

Título: Estrategias de Fabricio y Carlos :dos mundos que apenas se tocan

FUENTES :

Politólogo: Rotsay Rosales

Programa de radio : Malas Compañías

Programa de radio: Hablando Claro

ENFOQUE:

Título influenciador

Trata de la forma en que se desarrollaron las campañas de los diputados, y llega a recalcar el manejo negativo que tuvo Francisco Prendas vicepresidente del PRN donde según la edición #2217 del Seminario Universidad: “Prendas dijo que para elegir miembros del gabinete, y ante aptitudes semejantes, prefería dejar por fuera a los homosexuales” (p.2).

Situación que encendió las alarmas de los sector que se vieron discriminados, en contra parte refiriéndose al PAC menciona que “de ahí su nuevo mensaje reconciliador con otros partidos, al punto de atreverse a usar la figura del caudillo Pepe Figueres en algún mensaje” en este caso no ataca sino que explica el accionar del diputado en esa segunda etapa.

Semana del 28 de febrero al 06 de marzo

ESPACIO:

- Página impar #3
- Extensión de nota : larga
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA :

Futuro

- Título: Apoyos del PLN a Fabricio Alvarado calientan motores

FUENTES :

- Ex diputado Fabio Molina
- Economista Gerardo Corrales
- Ex candidato a la Vicepresidencia del PLN Edgar Ayales

ENFOQUE: Se considera título influenciador ya que algunas personas podrían sentir cierta tendencia o inclinación al basarse en la elección de figuras políticas para ejercer su voto.

De manera que se muestra en la edición #2217 del Seminario Universidad: “Una amplia mayoría de la estructura del partido Liberación Nacional (PLN) apoya cada día con más claridad al candidato del partido Restauración Nacional (PRN) y va contra el oficialista Carlos Alvarado”(p.3). Es una descripción que muestra el accionar de los demás partidos que se encontraban en la disputa del 4 de febrero y al no salir electos para la segunda ronda han dado su adhesión al partido de Restauración.

Semana del 07 al 13 de Marzo**ESPACIO:****Primera plana**

Título principal:

- Encuesta CIEP –UCR : Medio millón de indecisos

Títulos secundarios :

- Nuevo reglamento de Setena relaja estudio de impacto ambiental sobre obras
- Debate presidencial en UCR cerrará con un concierto por la tolerancia

Contra portada:

- Anuncios, no política

ESPACIO:

Página par #2

- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 3 fotografías

TEMATICA : Religión

- Título: En el corazón de Fabricio Alvarado

FUENTES :

- Pastora : Rocío Thomas
- Colaborador de Iglesia: Jairo Adams
- Ex síndico Matina: Ubaldo Urtecho
- Pastor: Pedro Cubero
- Artículo 28: Constitución Política
- Estadística: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Pastora: Ana Yaney Mora
- Estadística : María José Cascante CIEP Centro de Investigación y estudios políticos

- Socióloga: Laura Fuentes
- Vecino : Rudy Sánchez
- CINDEA: Carlos Francis coordinador de Centro integrado de educación de adultos.

ENFOQUE:

El enfoque se considera religioso ya que en toda la noticia se hace énfasis en las declaraciones de pastores, además se refieren sobre Fabricio Alvarado como salmista evangélico, por ejemplo según la edición #2218 del Seminario Universidad la pastora Mora “instó a su centenar de fieles en Pocora a valorar los principios y los valores de los candidatos para decidir a quién respaldar”(p.3), así entre otras frases se destaca la participación religiosa en esta zona limonense.

Semana del 07 de Marzo al 13 de Marzo

ESPACIO:

- Página par #4
- Extensión de nota media

Acompañamiento gráfico : 3 gráficos del CIEP

TEMATICA : Futuro

Titulo Menos de 500.000 indecisos tienen la llave de zapote

FUENTES :

- Encuestadora CIEP UCR

ENFOQUE:

Se considera investigativa ya que se proyectan cifras respecto a la intención de voto a un mes de la segunda ronda electoral, se describen las características de los indecisos y los cambios en las intenciones de voto que se dieron entre la 1era y 2da ronda.

según la edición #2218 del Seminario Universidad : “un 67% de la muestra total (1028 personas) responde que sí participará en la elección , lo que explica que se abstendría de votar un 33% ” (p.4)

Semana del 07 de Marzo al 13 de Marzo

ESPACIO:

- Página impar #5
- Extensión de nota corta
- Acompañamiento gráfico : No posee

TEMATICA : Futuro

Título: Los seguidores de Fabricio sienten esperanza y los de Carlos, angustia.

FUENTES :

- Encuestadora: (CIEP) Centro de investigación y estudios políticos

ENFOQUE: Título influenciador: ya que señala y reafirma acciones negativas o positivas depende del candidato que la persona apoye , según la edición #2218 del Seminario Universidad se dice que: “esta campaña electoral confusa y desgastante provoca sentimientos disimiles, entre los seguidores de ambos candidatos presidenciales: esperanza en las tiendas de Fabricio Alvarado y angustia en las de Carlos Alvarado ”(p.5) estas declaraciones llegan a impactar al lector que puede cambiar su decisión de voto guiado en las declaraciones de la prensa.

Semana del 14 de Marzo al 20 de Marzo

ESPACIO:

Primera plana Título principal: La joven Centroamericana que sueña con huir

Títulos secundarios:

- “Estamos entre un partido religioso fundamentalista y uno de izquierdas”
- “Todos nos vamos a tener que socar la faja”.

Contra portada:

- Anuncios, no Política

Semana del 14 de Marzo al 20 de Marzo

ESPACIO:

- Página par #4 e impar #5
- Extensión de nota larga

Acompañamiento gráfico : 2 fotografías

TEMATICA : Futuro

- Título: “Estamos entre un partido religioso fundamentalista y uno de izquierdas”

FUENTES :

- Jefe de fracción PLN Carlos Ricardo Benavides

ENFOQUE:

Noticia informativa, se trata de una entrevista realizada al jefe de Fracción del partido Liberación Nacional ,donde se le hacen preguntas acerca de los candidatos de la segunda ronda electoral, , según la edición #2219 del Seminario Universidad : “hay gente influyente del PLN que está a favor de Carlos (Alvarado) trabajando activamente. Hay una estructura ciertamente más cercana a la base del partido que si ha preferido ayudarle a

restauración ” (p.4).

Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo

ESPACIO:

Primera plana Título principal: Hermetismo y distancia en cúpula del PRN

Títulos secundarios:

- Municipalidades deficientes en ejecución de fondos para red vial
- Organización del FIA no revela sus cifras

Contra portada:

- Anuncios, no Política

Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo

ESPACIO: Página par #6

- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA :

Futuro Título :Las cancelaciones de Fabricio Alvarado :“una apuesta arriesgada”

FUENTES : Político: Gustavo Araya

ENFOQUE:

Negativo para el candidato, la noticia se encarga de destacar que Fabricio Alvarado canceló debates y suspendió entrevistas incluso resalta que impuso filtros a la prensa, según la edición #2220 del Seminario Universidad: “Es una apuesta muy arriesgada porque puede ser que no le resten los votos, pero definitivamente no se los ganará” (p.6) fueron las palabras del Político Araya refiriéndose al papel que estaba desempeñando Fabricio Alvarado en sus campaña política.

Semana del 21 de Marzo al 27 de Marzo**ESPACIO:**

- Página impar #7
- Extensión de nota larga

Acompañamiento gráfico : 1 fotografía , 1 encuesta

TEMATICA : Futuro

- Pre título Candidato de PRN interpreta erróneamente datos del INEC
- Título La pobreza sí bajó, aunque Fabricio Alvarado afirme lo contrario.

FUENTES :

- Estadísticas : INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Economista : Andrés Fernández

ENFOQUE:

Negativa para el candidato: es crítica, señala detalles negativos del candidato indicando que Fabricio no interpretó de manera correcta los datos del INEC según la edición #2220 del Seminario Universidad “Las declaraciones del candidato por RN son falsas y carecen de un sustento técnico, pues la pobreza si bajó en Costa Rica durante la actual administración de Luis Guillermo Solís”(p.7) de manera que toda la noticia busca dejar en claro que el candidato tenía una idea errónea acerca de la lectura de las estadísticas y continúa detallando que intentaron comunicarse con él, sin lograr una respuesta.

ESPACIO:**Primera plana**

Pre título: Segunda Ronda Electoral 1º Abril 2018

Título principal: ¿Qué está en juego?

Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril**Contra portada:**

- Anuncios, no Política

Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril**ESPACIO:**

- Página par #4 e impar #5
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico: 1 fotografía

TEMATICA :

Futuro

- Título : “Los homosexuales pueden estar tranquilos”

FUENTES :

- Diputado: Fabricio Alvarado
- Diario Español: El País

ENFOQUE:

Negativo para el candidato: es crítica, comenzando por el título que indica que los homosexuales pueden estar tranquilos, de esta manera incita a la lectura de manera polémica, se basa en una entrevista que se le realizó a Fabricio Alvarado en el diario El País y que fue reproducida por Seminario universidad es su edición #2221, donde se le consulta entre otras cosas :¿Cómo es que alguien que nunca ambicionó la política ni se relacionó con ella llega a las puertas de la presidencia de la Republica?(p.4)También se encarga de aportar lenguaje clasista y encasillador refiriéndose de Fabricio como un periodista de sucesos en televisión, **reconvertido en predicador y cantante evangélico**, pasó de ser el único diputado del **pequeño partido** Restauración Nacional .

*Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril*ESPACIO:

- Página par #8
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA : Futuro

- Pre título: Restauración Nacional presentaría plan 2.0 esta semana
- Título: Fabricio Alvarado busca combatir criminalidad con mano dura y castigos más severos

FUENTES: Plan de Gobierno de Fabricio Alvarado

- Programa de radio : Nuestra Voz de Amelia Rueda

ENFOQUE:

Noticia informativa donde se da a conocer los planes de gobierno de Fabricio Alvarado además del plan 2.0 que se daría a conocer a pocos días de la votación.

Por ejemplo el Seminario universidad es su edición #2221 menciona: “Penas más altas, unificar las policías, delimitar o reducir las opciones de reducción de penas y acabar con la alcahuetería judicial”(p.8). Estarían entre las propuestas del partido de Restauración Nacional (PRN) en temas de seguridad y justicia.

*Semana del 28 de Marzo al 03 de Abril*ESPACIO:

- Página impar #9
- Extensión de nota larga
- Acompañamiento gráfico : 1 fotografía

TEMATICA : Futuro

- Pre título: Ex magistrado José Manuel Arroyo lidera asesoría en seguridad y justicia
- Título :Carlos Alvarado mantendrá trato humanista y enfoque de derechos humanos

FUENTES :

- Plan de gobierno de Carlos Alvarado
- Vocero del PAC José Manuel Arroyo

ENFOQUE:

Noticia informativa donde se da a conocer los planes de gobierno de Carlos Alvarado en este caso, señala que mantendrá trato humanista y su enfoque en derechos humanos, esto luego de que el partido Acción Ciudadana enfrentara la tasa más alta de homicidios en los últimos años, por lo que el Semanario Universidad en su edición #2221 menciona : “mantendrá algunas políticas del gobierno de Luis Guillermo y reforzará las áreas donde su equipo... encontró debilidades y falencias en la actual administración” (p.9) De esta manera la noticia se encarga de dar a conocer los planes y acciones del partido Acción Ciudadana.

Entrevistas de Profundidad

Semanario Universidad:

La primera entrevista se llevó a cabo en las oficinas del periódico Semanario Universidad, el día 03 Octubre 2018 a Javier Córdoba Morales, Jefe de Redacción del medio en un tiempo de 07 minutos con 35 segundos.

Ante la primer interrogante ¿En que se basó el medio para la selección de las temáticas utilizadas en la segunda ronda electoral? Córdoba señaló que “Básicamente en temas de agenda y coyuntura, el medio seleccionó los temas buscando atender las

principales inquietudes de la población en el proceso electoral y atender situaciones de interés público relacionado con las actividades de ambos candidatos”

Otra de las consultas que se realizaron fue con relación al uso de fuentes que el medio utilizó para validar la información que manifestó en sus publicaciones por lo que surge la pregunta, ¿qué medidas tomaron para evitar que los encargados de brindarla no mostraran una inclinación hacia cierto partido? A lo que Córdoba respondió:

Evitamos la mayor parte de la cobertura nota de análisis en las que unos opinaran a favor y otros opinarán en contra de una postura, sino que tratamos más que todo de atender los hechos y las actividades de cada uno de los candidatos.

El pensar de Córdoba es que realizaron el trabajo de investigar a ambos candidatos, cuando se hacía un trabajo sobre uno se hacía la investigación sobre el otro, señala de manera muy directa que: “a veces durante la campaña se nos tildó que estábamos a favor del PAC” pero según él lo único que hacían era dar a publicar cuando algún tema contaba con un rasgo digno.

Sobre el cuidado de las fuentes y el tema de prevenir una tergiversación de material Córdoba manifiesta que: “Evitamos mucho a los analistas en la campaña... por ejemplo las encuestas del CIEP que era un instrumento ya más científico mejor elaborado, que es un instrumento independiente al semanario y que nos brindaba datos para trabajar”.

Otro de los puntos a analizar en la investigación es el espacio designado a la portada por lo que se realizó la consulta ¿En qué se fundamentan para determinar que puede ser asignado a ese sitio? El jefe de redacción explica que: “Siempre se busca que el tema de más relevancia tenga la portada... pocas veces hemos tenido por ejemplo que dividir la portada o que el tema de la portada comparta espacio con los demás”.

Agrega también que siempre se procura que el artículo con mayor profundidad o el que ellos consideren como más relevante o por el interés público que pueda generar es al que se le asigna dicho espacio.

Sobre el enfoque del medio era preciso conocer ¿Quién era el encargado de definirlo?, ¿El director en conjunto a los periodistas o únicamente el director? A lo que Córdoba respondió que la responsabilidad era compartida entre el director y los periodistas porque se encargaban de:

Discutir bastante los temas con los enfoques cuando se van a definir por ejemplo, la portada siempre tenemos una reunión en la oficina del director sobre cómo titular, qué información tiene que acompañar los títulos, que enfoque podemos darle a los temas, incluso en el proceso de edición surgen preguntas para el periodista, ¿qué por qué hiciste eso así?, ¿Por qué no consultaste aquel? O ¿por qué no buscaste esta otra información? entonces es un proceso que en realidad es una construcción entre los periodistas y sus editores.

La última consulta que se le realizó fue acerca de ¿Cuáles son las características de la línea editorial del medio? Primero Córdoba hizo alusión a la historia del Semanario Universidad donde en sus 48 años había sido un medio que se identificaba con ideas más de izquierda lo que ahora se llama izquierda progresista, pero explica que hace unos 5 años se ha buscado cambiar, Córdoba explica que:

“El semanario siempre fue un medio que le daba mucha relevancia al tema de la opinión...hemos tratado de hacerlo más investigativo más apegado a los hechos...intentando darle voz a una diversidad mayor de sectores”.

Es por esto que Córdoba manifiesta lo difícil de definir la línea editorial pero agrega que:

La ventaja que tiene el semanario es que al ser un medio que está dentro de una universidad pública tiene su presupuesto asegurado todos los años que no depende de los anunciantes que no tiene un dueño que incluso las autoridades universitarias le reconocen un grado muy alto de independencia entonces realmente te puedo decir que el material que se genera acá sale sea estrictamente de esa dinámica entre los periodistas y el director.

Finaliza la entrevista mencionando que el medio si se ve identificado con las causas relacionadas a los Derechos Humanos, por lo que está a favor de exigirlos.

Partido de restauración Nacional (PRN)

La siguiente entrevista se llevó a cabo en las oficinas de la Asamblea Legislativa el día 24 Setiembre 2018 a Juan Diego López Quirós, quien actualmente se desempeña como Asesor de prensa de la diputada Ivonne Acuña del Partido Restauración Nacional, y al momento de la coyuntura de la segunda ronda electoral era el encargado de Prensa del candidato Fabricio Alvarado, la entrevista se realizó en un tiempo de 07 minutos con 35 segundos.

La primera pregunta que se le hace a López es: ¿Desde su punto de vista cómo describiría la manera en que el semanario Universidad difundió las noticias relacionadas al PRN en la segunda ronda electoral?

A lo que López indica de inmediato: “sufrimos muchos ataques constantes con informaciones que no tienen ninguna trascendencia pero que causaban efecto de golpe en el momento de que se hacía publicación y que conseguía mucha viralidad”.

Esto como referencia ante noticias que nunca llegaron al periódico por lo menos en su versión impresa pero que sí a través de redes sociales, que se manejaba un contenido distinto y que de la mano con la tecnología llegaba a rincones donde en ocasiones la edición impresa no lo hacía.

Un ejemplo que aporta López, es una ocasión donde el candidato Fabricio Alvarado realizó una gira en la zona del Caribe y se acercaron unas personas a solicitarle una fotografía, “uno de ellos resultó ser el hermano de un narcotraficante reconocido de la zona y eso fue todo un boom para ellos y lo publicaron con un gran titular le dedicaron un gran espacio en sus redes sociales”.

Para López lo único que hizo el medio fue “tratar de golpear con esto la imagen del candidato” y manifestó la poca probabilidad de que en un evento masivo se pueda controlar quien se fotografía con el candidato.

Otro detalle que el periodista López señala como importante es que el periódico Semanario Universidad hizo las publicaciones considerando que tenían mucho en juego:

Ellos publicaron dependiendo de su línea editorial, evidentemente tenían mucho en juego, cuando hablamos de que el partido en gobierno les había girado miles de millones de colones a las universidades que es de esa manera en que se financia un periódico como este el Semanario Universidad que ideológicamente son tremendamente afines al partido de gobierno y al partido que se postulaba en ese momento también para esa continuidad de gobierno.

Por lo que López agrega que él entiende que ese era el manejo que ellos debían darle a las notas además que fueron muy consecuentes con su manera de pensar aunque con esto hicieran publicaciones que si evidentemente ayudaron incluso a que otros medios los tomaran como fuentes validando la información que compartía el Seminario.

Continuando con la entrevista de profundidad la siguiente pregunta que se le hizo fue: Respecto a las temáticas utilizadas por Semanario Universidad, si estuviera en sus manos hacer una elección ¿Cuáles eliminaría y cuáles respaldaría?

En este caso López dejó muy en claro que: “Semanario tiene investigaciones brillantes es un medio bueno, era un medio que contaba con todo mi respeto de previo a esta campaña electoral eran muy incisivos en la manera de investigar... lamentablemente, se parcializaron demasiado en el tema político”.

Bajo esos motivos López considera que él los sacaría de la cobertura política porque “están terriblemente sesgados, hacen muy bien cuando presentan las mismas encuestas que hace el CIEP o cuándo se meten a investigar algunos temas de fondo pero no en la política del día a día porque tiene un sesgo muy grande”.

El espacio del ejemplar escrito era otro punto a tratar en la investigación por lo que se le realiza la consulta a López, ¿Qué opina al respecto sobre el espacio asignado a cada noticia según los criterios del partido?

La respuesta es totalmente en contra del trabajo realizado por el Semanario porque señala que:

Fue tremendo como la balanza se inclinó absolutamente de las noticias negativas que publican todas eran de Fabricio, publicaban una o 2 cosas que trataban de vender como negativo pero dentro del cuerpo de la nota Le daban la vuelta para sacar lo positivo de Carlos Alvarado.

En este caso también agregó que el medio lo que buscaba era venderle a la gente una sensación de falta equilibrio, pero que siempre fueron totalmente las notas negativas sobre Fabricio y el Partido Restauración Nacional (PRN).

Era fundamental entonces conocer que prefería el partido que los medios publicaran sobre ellos de ahí surgió la interrogante: Cómo partido político ¿qué tipo de información compartían con el medio en el tiempo electoral? ¿Cuáles eran los enfoques de los temas que ustedes como partido divulgaban?

López explicaba que ellos trataban de mostrar mucho lo que hacía el candidato presidencial dónde estaba, cuáles eran los lugares que visitaba, las reuniones que estaba teniendo y cuáles eran las propuestas concretas para cada uno de los sectores.

Si se reunía con el sector cooperativo, bueno con los cooperativistas se puede hacer a b y c o si tenía reuniones con empresarios a los empresarios tienen que fortalecerse su libertad de trabajo incentivar y motivar la inversión ese tipo de cosas y eso lo que nosotros tratábamos siempre explotar mucho saber con quién se estaba reuniendo y que se podía hacer por estas personas.

Lo que se buscaba era dar a conocer que se manejaba un plan concreto con un respaldo de las acciones, para que la gente se diera cuenta de las ideas y del contenido que estaban manejando.

La última consulta era referente al espacio que distribuyó el periódico ¿Considera prudente que el espacio de la primera plana se le asigne de manera preferencial algún

partido político?, ¿cuál cree deberían ser las características para que una noticia se posicione en ese lugar?

Para López en la primera plana se debe posicionar: “lo realmente importante y que le interesa a la gente, le afecta, le beneficia a las personas “al menos es lo que considera a lo largo de sus años como periodista.

Hace alusión a que contrario a esto, cuando es el interés del medio el que se posiciona en la primera plana es donde se entra en “esa manipulación terrible de las noticias que es muy propia en algunos medios y no solamente en el semanario”.

Partido Acción Ciudadana (PAC)

En esta entrevista se presentan muchos obstáculos, ya que las personas que podrían dar sus declaraciones por ser parte de la segunda ronda electoral aducen que por beligerancia política no pueden hablar.

Tal es el caso de Jorge Espinoza administrativo de la Asamblea Legislativa a quien se contactó el 11 de octubre del 2018 por medio de su número telefónico con la aplicación *Whatsapp* “Mañana te averiguo con la gente que trabajo en prensa” “Hay algunos que no podrían por el tema que están en gobierno” indicó Espinoza.

Pasaron 5 días sin contestación y el 16 de Octubre se le contacta nuevamente, donde a la fecha 01 de noviembre no se ha recibido una respuesta.

Se continúa con la búsqueda de un encargado que brinde declaraciones sobre las siguientes interrogantes antes mencionadas por lo que se contacta al gestor de prensa de Casa Presidencial Fabián Marrero por medio de *Whatsapp* desde el 17 de octubre, se le hace envío de las preguntas antes citadas, para que tenga conocimiento previo del tema a tratar, a pesar de eso el señor Marrero no respondió nunca a los mensajes.

Se intentó obtener las declaraciones del Jefe de prensa Boris Ramírez, el 19 de Octubre pero indicó que él no podía referirse porque al momento de la segunda ronda electoral no estaba en campaña sino en gobierno.

Otra de las personas que se contactó fue Cyd M. Ramírez López funcionaria del PAC en la Asamblea Legislativa, el 19 de Octubre del 2018 se le solicita su colaboración para responder al cuestionario antes expuesto, “Hola con gusto voy a buscar a alguien q le ayude por favor si el lunes no le he enviado respuesta, me escribe” respondió Ramírez, el 22 de Octubre se le contacta nuevamente a lo que ella responde: “Hola le pase a dos de mis compañeros periodistas q le van a ayudar, a cual correo se lo envían o x WA” , el 23,25 y 26 de Octubre se le escribe nuevamente y nunca se obtuvo una respuesta.

Continuando con la investigación se procede a contactar a Víctor Vargas Periodista del PAC el 29 de Octubre 2019 su respuesta fue:

“Hola, ya vi las preguntas. Lo que pasa es que algunas de ellas son complicadas de contestar. Recuerda que muchas de las personas que trabajaron en campaña son ahora parte del Gobierno. Hay preguntas relativas al trabajo de un medio de comunicación, cuyas respuestas pueden ser muy comprometedoras. Yo desaconsejaría, por ejemplo, opinar sobre la agenda temática de un medio, o el espacio y prioridad que le brindan a X tema”.

Se contacta a Camilo Saldarriaga por *Whatsapp* el 26 de octubre del 2018 se le explican las preguntas, a lo que indica a las 2pm conversaría, algo que no pasó, a los dos días se le escribe nuevamente no se obtuvo respuesta el 29 de Octubre mediante llamada de *whatsapp* indica que va a responder las preguntas vía audio y las enviaría y hasta la fecha no se ha recibido una contestación.

En este caso se contacta a Stephanie González llama Asesora de Prensa del Presidente, el 30 de Octubre 2018 por medio de *Whatsapp* a lo que González indica: “Perdón nada del partido se puede contestar: “Es beligerancia política”.

Remite a enviar un correo a Pablo Cárdenas comunicador del Partico Acción Ciudadana, (mismo que se envió a las cuentas pardeasp@gmail.com y también al pcardenas@pac.cr sin a la fecha obtener respuesta).

Por tales explicaciones antes expuestas se procede a no realizar la entrevista al Partido Acción Ciudadana (PAC), considerando que los involucrados destacan que no pueden dar declaraciones por motivo de beligerancia política y los que podrían hablar no se encontraban en la segunda ronda electoral como parte del partido.

Politólogo

La siguiente entrevista se llevó a cabo en las oficinas del edificio Sigma, San Pedro de Montes de Oca el día 07 de Noviembre del 2018 al politólogo Daniel Calvo, la entrevista se realizó en un tiempo de 27 minutos.

Las declaraciones se convierten en una clave fundamental en la investigación ya que revela su punto de vista en relación a lo planteado por Juan Diego López del PRN y Javier Córdoba del Semanario Universidad, así como sus conclusiones respecto al tema en cuestión.

Calvo menciona que la elección fue completamente atípica en el sentido de que se hizo un cambio de tablero luego de que el 09 de enero la Corte Interamericana de los derechos humanos diera su fallo sobre el matrimonio homosexual y este comportamiento hace que la tendencia de los 2 Alvarados se dispare.

Por su parte Calvo relaciona el avance a la segunda ronda de Fabricio con el teorema de Thomas en donde Delgado (2011) menciona: “si el hombre define situaciones como reales, ellas son reales en sus consecuencias” (párr. 1).

Una forma de comprender el teorema es mediante el caso en que se corra un rumor sobre problemas de solvencia de un determinado banco esto impactará a los clientes los cuáles de manera masiva retirarán sus dineros y ante esto efectivamente, se declarará en quiebra.

Calvo menciona que el teorema se asocia con la segunda ronda en el sentido de que las personas daban por cierto que Fabricio tenía más posibilidades reales de ganar, pero en ese caso señala que hay una investigación en el Tribunal Supremo de Elecciones con declaraciones de Carlos Avendaño que se aduce que las entrevistas de Opol eran pagadas por personas del comando de Fabricio Alvarado.

Otro punto que agrega Calvo que así como los medios de comunicación tienen sus públicos, los partidos políticos son exactamente iguales por ejemplo en el PAC está marcado por personas que viven en la Gran Área metropolitana (San José, Alajuela, Cartago y Heredia) universitarias o con estudios superiores concluidos con edades entre 18 y 35 hasta 40 años.

Por su parte el público de PRN reside en zonas costeras, no cuentan con estudios universitarios o secundaria concluida, y con edades muy menor o principalmente mayores de 50 años.

Calvo identifica que en los públicos del semanario Universidad se encuentran personas del GAM “porque la distribución del medio no llega a muchísimo más”, es gente al ser un medio universitario con estudios universitarios concluidos, además se proclaman de izquierda.

Perfil de los electores



Nota: Imagen aportada por Daniel Calvo Politólogo

La distribución de los perfiles del electorado hace que calce más en la visión planteada por Carlos Alvarado principalmente con una visión económica, derechos

sexuales, temas de progresismo a favor menos reticente al tema del aborto, matrimonio de personas del mismo sexo.

Calvo afirma: “A mí me parece que era completamente lógico que entendiendo los públicos de estos dos candidatos y el público al que se refiere el medio este si tuviera una inclinación lógica hacia Carlos Alvarado”.

En contraste a eso señala que si en caso contrario se revisaba el canal Enlace o la revista Maranata claramente por el público al que le hablan, tendría sin duda una mayor ayuda por parte de Fabricio Alvarado.

Calvo Considera fue un tratamiento normal por parte del Semanario entendiendo que como Javier Córdoba lo menciona en la entrevista de profundidad realizada para la investigación, se consideran un medio de izquierda, estaba claro que Fabricio Alvarado representaba anti valores y posiciones contrarias a lo que el semanario significaba y además los públicos, claramente el Semanario Universidad le habla a un público específico, por temas de mercadeo, estrategia comercial, áreas metropolitanas con estudios académicos universitarios que coincide con el perfil electoral de Carlos Alvarado”.

En ese sentido Calvo determina que Juan Diego López menciona recibir un trato mal intencionado pero en alguna manera es explicable en relación con los públicos a los que tanto el Semanario, como el PAC le hablaban y tenían coincidencias muy importantes.

Daniel hace la salvedad en que, el partido Acción Ciudadana es un partido de orígenes académicos, surgido en la Universidad de Costa Rica en diciembre del año 2000, y las universidades públicas son unas de las principales bases electorales del Partido Acción Ciudadana.

Otra de las salvedades es que en el caso de las portadas, obedece mucho a la línea editorial del medio y en política es muy importante tener en cuenta que si bien el medio Seminario Universidad no se puede catalogar como un medio capaz de posicionar una narrativa a lo que llaman en temas de comunicación como un framing.

Se puede decir que para ciertas agrupaciones políticas y para ciertos sectores del país, el medio Seminario Universidad si es un medio de relevancia por lo cual las noticias y la

cobertura que ellos vayan a disponer respecto a portadas, si tiene un impacto para un sector específico de la población siempre más alineado con el tema de Carlos Alvarado.

Sobre Javier Córdoba y el Semanario Universidad, Calvo señala que en razón de que la segunda ronda estuvo enmarcada en el tema de la decisión de la Corte Interamericana de los Derechos Humanos, lo cierto es que obviamente un público más educado con educación universitaria concluida por lo general es más abierto, tolerante en temas que tengan que ver con educación sexual, fue un tema importante que sirvió para que Semanario Universidad se volcara de esa manera en contra del Partido Restauración Nacional.

Por lo que Calvo agrega “No creo que uno pueda ser objetivo en cuanto uno es un sujeto, no creo que existiera un ánimo del Semanario Universidad de pintarse como neutral, no creo que ellos buscaran eso y claramente se plagaron hacia uno de los lados de la coyuntura, en lo que ellos dicen fue el lado correcto de la historia respecto a la defensa de los derechos humanos”.

También considera que lo externado por Juan Diego López y Javier Córdoba es normal y entendible, también aporta que cree que el Semanario Universidad nunca tuvo un deseo de ser objetivo en la contienda.

Por lo que menciona la cobertura de las notas políticas en periodo electoral en Estados Unidos y en algunos países de España, donde los medios definen con total transparencia el respaldo y la posición a favor de algún partido, además lo manifiestan en su editorial.

Sobre la no declaración del partido Acción Ciudadana (PAC), se entiende ya que muchas de las personas que estuvieron involucradas están ahora en posiciones del poder ejecutivo por lo que no pueden dar declaraciones y los que podrían hablar sienten que es imprudente hacerlo.

Calvo considera fundamental comprender que tradicionalmente los medios o personas que se autoproclaman como de izquierda son bastantes distantes a la religión, “ser comunista era no creer en Dios”, entendiéndose los orígenes propios de los cimientos de lo que puede ser la izquierda, claramente si semanario se autodenominaba como un medio de

izquierda defiende la creación del estado laico y esto provocó que no se sintiera a gusto con un candidato que representaba la introducción de la religión en la política.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se finalizan las indagaciones y se exponen los aportes finales de una búsqueda que permitió conocer el escenario a nivel periodístico en las publicaciones que realizó el periódico Semanario Universidad en sus ediciones impresas de la segunda ronda electoral Costa Rica 2018.

La investigación cumple con el objetivo general de la investigación: Examinar la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en Costa Rica en el medio Semanario Universidad durante los meses de febrero y marzo, el cual se desarrolló a lo largo del estudio y se determinó lo siguiente:

En el primer objetivo específico, se pretendía estudiar las principales temáticas presentes en las noticias publicadas por Semanario Universidad sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica que motivaron su inclusión en la agenda informativa.

Conclusión sobre las temáticas

Para concluir este objetivo, se observa por medio del análisis de contenido que el Semanario Universidad utiliza en gran manera como fuente a investigadoras como el Centro de Investigación y estudios políticos CIEP y estadísticas como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, pero no utilizan entre sus temáticas desgloses o explicaciones acerca de los datos y resultados de las entidades antes citadas, por lo que deja un área sin abarcar que podría aportarle mucho al medio como generador de opinión y al lector para entender y tener los fundamentos necesarios para generar sus propias conclusiones.

Por lo que también se concluye que es necesario que el medio cuide sus temáticas, ya que a nivel de cobertura política y según el análisis de contenido se enfocan mucho en el futuro de las nota (ósea en lo que podría suceder si una acción determinada llega a darse) de esta manera se cierran en ese estilo y dejan de lado la inmediatez ósea la reacción a corto plazo del tema que están tratando.

Continuando con la temática la segunda en cuestión y con más uso por parte del Semanario Universidad según lo demuestra el análisis de contenido es la religión, algo que puede completamente afectar al lector ya que son temas muy delicados de tratar que incluso el simple hecho de mencionar sus términos entiéndase (pastor, predicador, entre otros) se convierten en una crítica o señalamiento hacia la preferencia religiosa de las personas.

Con el análisis de contenido se concluye que las temáticas mayormente tratadas en las noticias fueron: sobre futuro, porque se hablaba de lo que se podría esperar o de lo que el Semanario Universidad creía iba a suceder, por ejemplo uno de los temas en el periódico fue: “El suelo de Cartago no es fértil para Fabricio Alvarado” en esta nota se llega a predecir que en caso de que la elección dependiera de los cartagineses claramente perdería, además se podría creer que la temática podría afectar la votación de las personas de ese sector.

Otro de los casos sobre temática futuro: “Los seguidores de Fabricio sienten esperanza y los de Carlos, angustia”: se atribuyen ánimos a los simpatizantes de los diferentes partidos, que de una u otra manera podría cambiar la decisión de voto a través de las declaraciones de la prensa.

De igual manera entre las temáticas se encontraba: “Los homosexuales pueden estar tranquilos” refiriéndose a una entrevista de Fabricio Alvarado en el diario El País y que fue reproducida por Seminario universidad, se titula de esa manera pero en realidad solo hay una pregunta en relación a lo que Fabricio responde que : “Mi fe la baso en una Biblia que establece el tema, pero no vengo a imponerlo a la política diciendo que vamos a establecer desde el Gobierno espacios para restaurar a estas personas”, es por esta razón que dan a entender que en un futuro en caso de Fabricio salir electo no les iba a imponer la religión en la política.

Conclusión sobre las fuentes y el espacio

Se llega a la conclusión sobre el objetivo específico de analizar las fuentes utilizadas y el espacio designado por Semanario Universidad a las noticias sobre la segunda ronda electoral

Fuentes:

Se concluye que las fuentes utilizadas por el medio debían ser más sustanciosas, no limitarse a pocas declaraciones sino velar siempre mostrar las dos caras de la moneda, aportando más credibilidad a la nota, con variedad de opiniones de especialistas para transmitirle al lector un contenido importante que les brinde explicaciones con vocabulario no solamente técnico sino con ejemplos del diario vivir para ser entendibles por todos los públicos.

Además, se considera que el espacio a cada noticia en relación con una igualdad de oportunidades de los partidos políticos y sus candidatos no se cumplió, en los ejemplares analizados, de manera que deja un sin sabor de boca considerando que los principios periodísticos se violentaron.

La balanza se inclinó a favor de Carlos Alvarado y esto no se puede justificar a pesar de conocer por medio del jefe de redacción del Semanario Universidad, Javier Córdoba el hecho de ser un medio de izquierda, pues se considera como una manipulación de la información y esto podría afectar a los lectores que consideren los medios impresos como la voz de la verdad.

Córdoba, explicó que evitaban en la mayor parte de la cobertura, nota de análisis en las que unos opinaran a favor y otros opinaran en contra de una postura, sino que trataban de atender los hechos y las actividades de cada uno de los candidatos.

Analizando el contenido de las publicaciones de los ejemplares impresos del Semanario Universidad durante el periodo de la segunda ronda electoral, se llega a la conclusión que se utilizó de gran manera como fuente en sus notas los datos de acuerdo a encuestadoras: como el Centro de investigación y estudios políticos CIEP de la

Universidad de Costa Rica y también de estadística como el INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Por otro lado, según el análisis a pesar de tratarse noticias de temas de política el medio solo tomó en cuenta como fuente a los politólogos Gustavo Araya (para dos notas) y Rotsay Rosales en una ocasión, por lo que se considera que es muy poco el aporte tratándose de temas que necesitan el conocimiento de especialistas.

Otra de las conclusiones está que entre las fuentes no existió ningún vocero del PRN para la realización de notas por lo que la equidad se podía ver afectada, además se concluye que el uso de la fuente: Tribunal Supremo de Elecciones TSE, fue prácticamente nula y al ser este un ente que manejaba de primera mano los detalles de los partidos y demás, se considera que la participación debió ser más amplia.

Espacio:

Se concluye que en todas las notas del periodo de la investigación (8 ejemplares impresos entre el 7 de Febrero y el 3 de Abril) se manejó al menos una fotografía alusiva al tema a tratar, con excepción de una noticia que no presentaba acompañamiento gráfico, adicional a esto el uso de infografías, fichas técnicas, gráficos y encuestas no estuvieron casi presentes en las noticias.

Sobre el espacio también se concluye que el medio utiliza extensión de nota larga, esto quiere decir que abarca de más de 6 párrafos, y las noticias no tienen un estilo definido entre página par o impar ya que utilizan ambas, adicional a esto en las portadas se concluye que los títulos utilizados en estos espacios no obedecen a una única agrupación política sino que tratan encuestas, estudios y temas de coyuntura, las contra portadas no tienen contenido político y se utiliza para publicidad o anuncios informativos de la Universidad de Costa Rica.

Conclusión sobre el Enfoque

El tercer y último objetivo específico consistía en determinar el tipo de enfoque utilizado por Semanario Universidad para el tratamiento de las noticias sobre la segunda ronda electoral en Costa Rica.

Se concluye según el análisis de contenido de los ejemplares impresos del Semanario Universidad del período analizado (07 de Febrero 2018 al 03 Abril 2018) en que la mayoría de las notas que se publicaron manejaban un contenido de corte negativo para Fabricio Alvarado donde mencionaban:

De manera despectiva al señalar que la mitad de los diputados de su partido son pastores evangélicos, donde intentan encasillar y resaltar ese detalle, dejando de lado que incluso no se puede utilizar la religión como propaganda electoral.

También en una de las notas se menciona que el ex ministro Garnier manifiesta a todas luces que está en contra de Fabricio Alvarado el enfoque se etiqueta negativo ya que podría cambiar la manera de pensar del votante al considerar que una figura como el Ex Ministro dé su punto de vista.

Otra de las publicaciones indica, que el suelo de Cartago no es fértil para Fabricio Alvarado, incluso se llega a predecir que en caso de que la elección dependiera de los cartagineses claramente perdería, esto marca de manera negativa al candidato de Restauración.

Además en otra de las noticias, se encargan de destacar que Fabricio Alvarado canceló debates y suspendió entrevistas incluso resaltó que impuso filtros a la prensa, se evidencia perjudicial para el entonces candidato presidencial.

Es crítica, señala detalles desfavorables del candidato indicando que Fabricio no interpretó de manera correcta los datos del INEC.

La última nota con este enfoque se da desde el título que indica que los homosexuales pueden estar tranquilos, de esta manera incita a la lectura de manera

polémica, adicional a esto se refirieren sobre Fabricio como un periodista de sucesos en televisión, reconvertido en predicador y cantante evangélico.

Se concluye que el semanario Universidad al ser un medio de izquierda por temas de mercadeo y estrategia comercial tiene un público específico contrario a las creencias y a los ideales del partido Restauración Nacional o hacia el mismo Fabricio Alvarado, es por esto que cabe señalar después de la investigación que no están a favor del Partido Acción Ciudadana, sino que sus públicos y sectores de distribución así como el rango de edad de su consumidor coincide con el perfil electoral de Carlos Alvarado.

Por su parte el partido Restauración Nacional se vio afectado con las publicaciones realizadas por el Semanario Universidad según lo menciona Juan Diego López, por las noticias generadas en la cobertura de la segunda ronda electoral, pero esto no responde a otra cosa más que un choque entre los públicos, sectores y rango de edad.

El Partido Acción Ciudadana se vio favorecido al manejar las mismas características del Semanario Universidad, además se concluye que una de las razones de esto son sus orígenes académicos, ya que el partido surgió en la Universidad de Costa Rica en diciembre del año 2000, y las universidades públicas son unas de las principales bases electorales del Partido Acción Ciudadana.

Otra de las conclusiones por investigar era conocer si el trabajo periodístico influyó en el votante en este caso y tomando en cuenta que el consumidor del periódico Semanario Universidad reúne las mismas características que el público seguidor del PAC, se podría determinar que en ellos no tendría ninguna afectación, no se descarta que alguno de los ejemplares podría haber llegado a diferentes áreas fuera del GAM y en ese sentido marcar o dejar un precedente en el lector.

Sobre la inclinación a favor o en contra de los candidatos se concluye con base en la investigación, que las notas realizadas hacia Fabricio se podrían ver de manera negativa, con lenguaje incluso despreciativo pero esto sería únicamente observado o detectado por personas que no tuviesen los mismo ideales izquierdistas del Semanario Universidad, en el caso de Carlos Alvarado se podría asumir de igual manera un favoritismo que sería

identificado por simpatizantes de PRN o por quienes no corresponden al público del Semanario Universidad.

Se llega a la conclusión que la información antes citada y los análisis de contenido podrían ser útiles a futuro para próximas investigaciones de estudiantes que deseen analizar coberturas políticas en medios impresos, de esta manera sin importar el periodo electoral ya sea primera o segunda ronda tengan un precedente que les permita saber cómo llevar a cabo la investigación.

Otra de las conclusiones está en que la indagación de la cobertura de la segunda ronda de la campaña electoral 2018 en el medio impreso Semanario Universidad, podría permitir a los medios de comunicación dar a conocer al lector, televidente o radio escucha cual fue el desempeño periodístico del medio antes citado en la coyuntura entre PAC y PRN, lo que transmitiría el manejo de fuentes, espacio, temática y enfoques que utilizó el Semanario Universidad.

Conclusión General

Se concluye según la investigación que efectivamente el Semanario Universidad tuvo un enfoque dirigido a beneficiar al Partido Acción Ciudadana en cuanto a que sus publicaciones no se hicieron de manera equilibrada, sino que las redacciones de sus periodistas iban dirigidas a beneficiar el Partido de Carlos Alvarado (PAC) y poner en tela de duda el partido Restauración Nacional.

Por otra parte al ser un medio que creció en la “cuna” de la Universidad de Costa Rica y considerando que las universidades públicas son unas de las principales bases electorales del Partido Acción Ciudadana, se identificó que el público meta coincidió entre el Semanario Universidad y El PAC de manera que sus temáticas se direccionaron en una misma línea.

A nivel de credibilidad sobre las publicaciones del medio se observó una manipulación en la decisión de las temáticas, sumado a las fuentes que dejaron de tomarse en cuenta algunas que brindarían más equidad a la noticia como INEC, TSE, CIEP.

Recomendaciones Para el Semanario Universidad

Para el apartado de las recomendaciones, la intención es ofrecer posibles soluciones a las necesidades expresadas:

- Para mantener la transparencia del medio y evitar rumores sobre algún favoritismo entre partidos políticos, se recomienda expresar en la línea editorial los ideales del medio y dar a conocer si se tienen posiciones a favor de un color político.
- Otra de las recomendaciones es en la redacción de las notas, supervisar que no emplee lenguaje denigrante, ofensivo, ya que si bien el medio muestra una brecha de izquierda se debe mantener una objetividad.
- Mantener la objetividad y darle un tratamiento por igual a todos los candidatos de los partidos políticos, sin dejar de mostrar datos o cubrir temas por creer que “no tienen ningún rasgo digno de publicar”, permitiendo de esta manera que sea el lector quién determine la importancia de la nota.
- Crear un manual de estilo que proporcione una guía para periodistas actuales y futuros que les de las pautas a seguir en las notas de política, esto con el fin de velar por la objetividad y la equidad en las publicaciones.
- Tomar en cuenta el punto de vista de los ciudadanos en la construcción de la agenda informativa y ofrecer insumos de temas de iniciativa ciudadana para la participación como sujetos activos en el proceso electoral.
- Implementar el uso de un asesor de manera externa al medio que vigile el tipo de información que se publica, tanto en el ejemplar escrito como el digital en búsqueda de equidad.
- Diluir la autorización final para la publicación de las notas que no se centre en una sola persona ,sino más bien en un concejo editorial que se encargue de la revisión de esos contenidos para garantizar temas éticos y de transparencia.

Recomendaciones para la Universidad Internacional de las Américas, personal docente y estudiantil

- Se recomienda a la Universidad Internacional de las Américas ajustar el plan de estudios con el fin de ampliar la materia: Periodismo Político, ya que la enseñanza es muy básica y no aporta al estudiante las bases suficientes para desempeñarse en ese ámbito o bien, crear una nueva materia que aporte el conocimiento necesario para el tratamiento y creación de notas con contenido político.
- Se recomienda a la Universidad Internacional de las Américas implementar giras educativas, informativas y formativas respecto a las instituciones del gobierno, entiéndanse Casa Presidencial, Asamblea Legislativa entre otras, para que el estudiante pueda convivir en estos ámbitos, identificar el rol de cada institución, conocer sus funciones y tener un contacto de primera mano que le permitiría entender el ámbito político y esto a su vez se verá reflejado en las notas que desempeñe sobre esta temática.
- A los profesores como formadores de las aulas, establecer espacios dentro de la formación para el análisis de notas de política donde se puedan detectar errores y omisiones por parte de los profesionales en la tarea periodística y así evitar que los futuros comunicadores caigan en este tipo de faltas.
- A los profesores brindar una guía o vocabulario al estudiante sobre la jerga política que le permita al menos entender los términos más utilizados, para comprender la información que muchas veces reciben por medio de comunicados de prensa, o conferencias en las cuales queda al descubierto un desconocimiento del tema y del léxico.
- A los estudiantes, aprovechar los recursos que ofrece la universidad para que temas como los tratados en esta investigación sean analizados y discutidos en clase, por lo que deben buscar que en las lecciones se desarrollen temas de discusión donde se traten este tipo de carencias en la labor comunicativa.

Recomendaciones al Partido Acción Ciudadana PAC

- Fomentar una comunicación inmediata o de primera mano con los estudiantes de las universidades, por medio de algún vocero (persona autorizada a dar declaraciones oficiales acerca de temas que involucren la imagen del partido) para fortalecer lazos de transparencia e incluso dar a conocer información que mantenga al sector universitario al día del papel que desempeñan en este caso como partido oficial en el poder (2018-2022)
- Mantener el contacto y la accesibilidad que brindaron en período de campaña como al momento de estar en gobierno, ya sea por medio de páginas web o correos electrónicos.

Recomendaciones al Partido Restauración Nacional PRN

- Utilizar las noticias negativas que el medio Semanario Universidad publicó y brindarles respuestas directas con fundamentos, entiéndanse declaraciones, documentos, comunicados en fin utilizar la publicidad negativa para conocer cuáles son los puntos débiles en los que están siendo atacando y fortalecerlos con información de primera mano.
- Manejar un periódico a nivel digital (con el fin de evitar gastos) con noticias sobre el papel que realizaba el partido político, para mantener informada a la población y brindarles respuestas a las inquietudes que podían surgirles a través de las noticias publicadas por otros medios de comunicación.

REFERENCIAS

- Aceves, F. (2004) Monitoreo de medios y democratización en América Latina. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/346/34600105/> (tesis)
- Álvarez, J. Jurgenson, G.(2003) Cómo hacer investigación cualitativa Fundamentos y metodología. Recuperado de : <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf> (libro)
- A raya, Barrantes, Chinchilla, Naranjo, Otárola, Vásquez, (2014) “ Efectos de la cobertura mediática sobre la decson de las y los electores del Tejar de Cartago: Elecciones presidenciales del 2014 en Costa Rica” Recuperado de: http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/29879/OP-433-15-Memoria_electoral1.pdf?sequence=1&isAllowed=y (tesis)
- Arrieta, E (2018) Opol Consultores seguirá haciendo encuestas, Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/opol-consultores-seguira-haciendo-encuestas>
- Aruguete. N(2009) Ecos de la comunicación, estableciendo la agenda. los orígenes y la evolución de la agenda settiing . Recuperado de: <http://docplayer.es/10689333-Ecos-de-la-comunicacion-ano-2-numero-2-2009.html> (tesis)
- Aquino, R. Carranza, R (2005) La manipulación ideológica por parte de El Diario de hoy en las elecciones presidenciales del 21 de Marzo de 2004. (Tesis)
- Bossio, R. (2012) Teorías de comunicación: ¿Qué es Gatekeeping? Canal Cultura, Recuperado de: <https://canalcultura.org/2012/06/24/teorias-de-comunicacion-que-es-gatekeeping/> (sitio web)
- Buck Ross (2002) Verbal and Nonverbal Communication: Distinguishing Symbolic, Spontaneous, and Pseudo-Spontaneous Nonverbal Behavior, Journal of comuncation. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/227603543_Verbal_and_Nonverbal_Communicati

on_Distinguishing_Symbolic_Spontaneous_and_Pseudo-Spontaneous_Nonverbal_Behavior
(sitio web)

Casado, J. (2015) Maxwell McCombs: “Las noticias influncian cómo piensan las personas”

Pontificia universidad Católica de Chile recuperado de:

<http://comunicaciones.uc.cl/maxwell-mccombs-las-noticias-influncian-como-piensen-las-personas/>. (sitio web)

Chacón D, Chacón O, Muñoz y Vega(2014) Análisis electoral y de partidos políticos en Costa Rica

Recuperado de

https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/020/politica/Alfaro&Gomez2014.pdf

(sitio web)

Carrillo, M. Silesky, R. Bustos, G. Chávez, L. (2012). Percepción costarricense hacia los medios de comunicación. Costa Rica: IDESPO

Recuperado de: [http://www.repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/7353/17-](http://www.repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/7353/17-Percepci%C3%B3n%20costarricense%20de%20los%20medio%20de%20comunicaci%C3%B3n-libro.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[Percepci%C3%B3n%20costarricense%20de%20los%20medio%20de%20comunicaci%C3%B3n-libro.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/7353/17-Percepci%C3%B3n%20costarricense%20de%20los%20medio%20de%20comunicaci%C3%B3n-libro.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chinchilla, S. Cambronero, N (2018)La Nación, Corte Interamericana ordena abrir la puerta al matrimonio gay en Costa Rica

Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/corte-interamericana-notifica-a-costarica/LRJB6DWNHOFGBXSDNIVYSEDA/story/>

Código Electoral (2009) Recuperado de: <http://www.tse.go.cr/pdf/normativa/codigoelectoral.pdf>

Constitución Política de Costa Rica,(1949) Recuperado

<http://pdba.georgetown.edu/Parties/CostaRica/Leyes/constitucion.pdf>

Delgado, J(2011) El Teorema de Thomas... o cómo hacemos real una situación falsa. Recuperado

de: <https://www.rinconpsicologia.com/2011/03/el-teorema-de-thomas-o-como-hacemos.html> (sitio web)

- Díaz (2018) **El método fenomenológico: conciencia, cuerpo y realidad** Recuperado de:
<https://elsemanario.com/colaboradores/jose-luis-diaz-gomez/244808/metodo-fenomenologico-conciencia-cuerpo-realidad/> (sitio web)
- Diccionario de la Real Academia Española (RAE) Recuperado de
<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=editorial>
- Dorantes y Aguilar, G (2014). Procesos electorales y democracia: la construcción de una agenda de campaña política. *Convergencia*, . Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352014000100006&lng=es&tlng=e (sitio web)
- El Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (2018), Informe post electoral de Costa Rica: el triunfo de Carlos Alvarado Recuperado de <http://www.celag.org/informe-post-electoral-de-costa-rica-el-triunfo-de-carlos-alvarado/> (sitio web)
- Fernández, J. (2010) Análisis de contenido de la línea editorial del periódico La Nación, frente a las reformas electorales del periodo 2007 a 2009 Tesis. San José: Universidad Internacional de las Américas.
- Fernández, F(2002)El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación
Recuperado de: <https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>
- Fontana, W.(2012) La tematización en la prensa gráfica popular: el caso Candela Recuperado de:
http://www.perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar/congresos/files/mesa_6-fontana_final.pdf (tesis)
- Goldstein, A. Comellini, S (2012) Medios y política en América Latina: una comparación entre las elecciones del Brasil 2006 y el Perú 2011 Recuperado de :
<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1631/1398> (tesis)
- González, F.(2008)La objetividad periodística: entre el mito y la utopía, Sala de Prensa recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art790.html> (sitio web)

González, S. (2013) Teoría y Géneros del Periodismo, Las Fuentes, Recuperado de:
<http://teoriaygenerosdelperiodismo.blogspot.com/2013/10/las-fuentes.html> (sitio web)

Hernández, R., Fernández R. y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. México:
 Editorial Mc Graw-Hill. Recuperado de:
<https://www.dropbox.com/s/glt6etb09elj2qo/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n-sampieri-%20ULTIMA%20EDICION.pdf?dl=0> (libros)

Informa-tico.com.(2015) Durante 45 años una escuela de la libertad de expresión

Recuperado de: <http://informa-tico.com/30-09-2015/semanario-universidad-45-anos-escuela-libertad-expresion> (sitio web)

Kroll, J. (2013) Examinando más a fondo las preguntas básicas del periodismo, Recuperado de:
<https://ijnet.org/es/blog/examinando-m%C3%A1s-fondo-las-preguntas-b%C3%A1sicas-del-periodismo> (sitio web)

Laneve, N. (2014), "Teoría de la comunicación de masas" Sociólogos Blog de sociología y actualidad Recuperado de: <https://sociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-de-masas/>. (Artículo)

López, F (2002) El análisis de contenido como método de investigación Recuperado de:
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf> (sitio web)

López. E(1996) Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel Recuperado de
https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=286 (sitio web)

Lozada L.(2003) El análisis de contenido como herramienta de la investigación social cualitativa
 Recuperado de : <http://www.monografias.com/trabajos87/analisis-contenido-como-herramienta-investigacion/analisis-contenido-como-herramienta-investigacion.shtml> (sitio web)

Madrigal Guzmán, N. (2009). La campaña electoral en los medios de comunicación desde la teoría de la agenda ciudadana. Tesis. San José: Universidad Internacional de las Américas.

- Martínez Acosta, E. (2006). Estrategias de comunicación en el Parlamento costarricense (Análisis teórico-práctico). Tesis. San José: Universidad Internacional de las Américas
- Mora, A (2017) “El Voto económico y estudio de agendas en España Aproximación a sus efectos en las elecciones generales del 2000 y 2011
- Recuperado de <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=428325> (sitio web)
- Molina, I (2018) Elecciones, religión y barbarie, La Nación Recuperado de:
<https://www.nacion.com/opinion/columnistas/elecciones-religion-y-barbarie/CPYWVBJYLZDF3DCP56I7ES3DPGY/story/>
- Morán, P (2014) Teoría del Cultivo , Mediosfera Recuperado de:
<https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-del-cultivo/>
- Normativa Estatutos, (2018) Tribunal Supremo de Elecciones (TSE)
 Recuperado: <http://www.tse.go.cr/pdf/normativa/estatutos/restauracionnacional.pdf>
- Paniagua, F (2003) COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECTORAL Elecciones Autonómicas de Andalucía en 2000, Tesis Doctoral Recuperado de:
<http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16700272.pdf>
- Paricio, P. (2000) El encuadre de la moda en los diarios españoles de información general de ámbito nacional (1900-1994) Recuperado de:
<https://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/valencia99/119paricio.html> (sitio web)
- Peña, M. (2010) Contenidos informativos en campañas electorales. Reducciones discursiva y temáticas en el proceso televisivo. El caso de la inmigración. Recuperado de :
<http://www.ec.ubi.pt/ec/08/pdf/EC08-2010Dez-06.pdf> (sitio web)
- Quirós, J (2018) Epsy Campbell: “Sin respuesta de la Corte IDH Fabricio no estaría en segunda ronda”, El mundo.cr recuperado de: <https://www.elmundo.cr/epsy-campbell-sin-respuesta-la-corte-idh-fabricio-no-estaria-segunda-ronda/>

Periódico la Nación, (2018) Recuperado de

https://www.nacion.com/gnfactory/investigacion/2018/elecciones_presidenciales/diputados/los57.html

Restauración Nacional, (PRN) (2018) Recuperado de:

https://img1.wsimg.com/blobby/go/047940e7-8180-4dcd-835f-f1e389377141/downloads/1bn4elvc_b_467214.pdf (sitio web)

Robles, Bernardo (2011) La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>

(sitio web)

Rodríguez, J (2017) Teoría de la Agenda Setting Recuperado de :

<http://joseantoniorodriguezrodriguez.com/teoria-de-la-agenda-setting/> (sitio web)

Rojas, L. (2012) “Efectos del medio de comunicación escrito en las audiencias durante la precampaña electoral”

Recuperado de:

<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgxvzKQfrtxHnKkBXvXNxhrhDVzsr?projector=1&messagePartId=0.5> (tesis)

Rodríguez, R, (2004) Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria .

Recuperado de : <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf> (sitio web)

Rodríguez, R. (2004) The World Outside and the Pictures in Our Heads", “Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en

nuestras mentes” Recuperado de : <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf> (sitio web)

Rubalós, T (2014) : “Análisis del lenguaje y géneros informativos en las elecciones presidenciales de Febrero de 2014 en el Salvador” Recuperado

de:<https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=1494939#> (tesis)

- Sábada, T. (2003) Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre, Recuperado de :
[http://www.academia.edu/33453228/ Enfoques period%C3%ADsticos y marcos de participaci%C3%B3n pol%C3%ADtica. Una aproximaci%C3%B3n conjunta a la teor%C3%ADa del encuadre .](http://www.academia.edu/33453228/Enfoques_period%C3%ADsticos_y_marcos_de_participaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica._Una_aproximaci%C3%B3n_conjunta_a_la_teor%C3%ADa_del_encuadre_.) (sitio web)
- Sánchez, D (2018) George Gerbner y la teoría del cultivo Recuperado de:
<https://lamenteesmaravillosa.com/george-gerbner-y-la-teoria-del-cultivo/>
- Semanario Universidad (2018) Créditos Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/creditos>
(sitio web)
- SOENGAS, X (2008)El enfoque informativo. Los puntos de vista de una noticia en televisión.
Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/ 2008/alma/resena Soengas.html](http://www.revistalatinacs.org/2008/alma/resena_Soengas.html) (sitio web)
- Solano H,(2014) Elecciones que llevaron a segunda ronda en el 2002 tienen muchas similitudes con votaciones de ayer, La Nación
Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/elecciones-que-llevaron-a-segunda-ronda-en-el-2002-tienen-muchas-similitudes-con-votaciones-de-ayer/5VK3JLW3NVALTM4LMNHKXM3XFM/story/> (sitio web)
- Toledo, C(2016)Comunicación ,Teoría del Cultivo Recuperado de:
<http://introduccionalacomunicacion1a.blogspot.com/2016/11/parte-3.html>
- Tribunal Supremo de Elecciones (2010) Centro de consultas y documentación
Recuperado de: http://www.tse.go.cr/pdf/ifed/funciones_tse.pdf
- Tribunal Supremo de Elecciones,(TSE),(2018) Recuperado de:
<http://www.tse.go.cr/restauracionnacional.htm>
- Tribunal Supremo De Elecciones (2018) ,(TSE)recuperado de
<http://www.tse.go.cr/elecciones2018/encuestadoras.htm>
- Tribunal Supremo De Elecciones (2018) (TSE)

Recuperado de <http://resultados2018.tse.go.cr/resultadosdefinitivos/#/presidenciales>

Uribe (2017) Edmund Husserl en la fenomenología Recuperado de :

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa3/n7/m9.html#refe1>

Vásquez, J. (2013) ¿Qué es la agenda setting? Todo mkt blog Recuperado de :

<http://www.todomktblog.com/2013/05/ques-es-la-agenda-setting.html>

Zúñiga, F(2018) Análisis de primeras encuestas: Segunda ronda electoral en Costa Rica

Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/analisis-primeras-encuestas-segunda-ronda-electoral-costa-rica/>

APÉNDICES

Apéndice #1 Entrevista Partido Restauración nacional (PRN)

1. Nombre completo 2. Fecha de la entrevista 3. Cargo 4. Lugar de entrevista 5. Duración

1) ¿Desde su punto de vista cómo describiría la manera en que el semanario Universidad difundió las noticias relacionadas al PRN en la segunda ronda electoral?

2) Respecto a las temáticas utilizadas por Semanario Universidad, si estuviera en sus manos hacer una elección ¿cuáles eliminaría y cuáles respaldaría?

3) ¿Qué opina al respecto sobre el espacio asignado a cada noticia según los criterios del partido?

4) Cómo partido político que tipo de información compartían con el medio en el tiempo electoral, ¿Cuáles eran los enfoques de los temas que ustedes como partido divulgaba?

5) Considera prudente que el espacio de la primera plana se le asigne de manera preferencial algún partido político, ¿cuál cree deberían ser las características para que una noticia se posicione en ese lugar?

Apéndice #2 Transcripción de la entrevista PRN

1. Nombre completo: Juan Diego López Quirós

2. Fecha de la entrevista: 24 Setiembre 2018

3. Cargo: Asesor de prensa de la diputada Ivonne Acuña del Partido Restauración Nacional

4. Lugar de entrevista: Asamblea Legislativa

5. Duración: 7 minutos con 35 segundos

1) ¿Desde su punto de vista cómo describiría la manera en que el semanario Universidad difundió las noticias relacionadas al PRN en la segunda ronda electoral?

Bueno fue bastante complicado, sufrimos mucho ataques constantes con informaciones que no tienen ninguna trascendencia pero que causaban efecto de golpe en el momento de que se hacía publicación y que conseguía mucha viralidad sobre todo notas que nunca llegaron al periódico, por lo menos en su versión impresa pero que sí a través de redes sociales se movieron muchísimo y que lo que buscaban era eso, por ejemplo, una fotografía de las miles de millones fotografías que se puede tomar un candidato presidencial en una de las giras que se hizo en la zona del Caribe ,uno no puede saber en qué se están tomando fotos el candidato es imposible saber que todas las personas que se acercan para tomar fotografías pues uno de ellos resultó ser el hermano de un narcotraficante reconocido de la zona y eso fue todo un boom para ellos y lo publicaron con un gran titular le dedicaron un gran espacio en sus redes sociales y trataron de golpear con esto la imagen del candidato, pero díganme quien puede en un evento masivo controlar quien se toma y con quien se tome con que no se toman porque fotografías entonces hay un manejo hasta si se quiere pensar mal intencionado por parte del de este de comunicación para una y otra vez publicar cosas que lo único que buscaban era golpear.

Ellos publicaron dependiendo de su línea editorial evidentemente tenían mucho en juego, cuando hablamos de que el partido en gobierno les había girado miles de millones de colones a las universidades que es de esa la manera en que se financia un periódico como el semanario universidad que ideológicamente son tremendamente afines al partido de gobierno y al partido que se postulaba en ese momento también para esa continuidad de gobierno pues uno entiende que ese era el manejo que ellos debían darle fueron muy consecuentes con su manera de pensar aunque con esto hicieran publicaciones que sí evidentemente ayudaron a jalar porque lo más curioso de esto era que el Semanario Universidad publicaba lo que fuera y de inmediato tenía repercusión en otros medios entonces para los demás medios era muy fácil decir tal y como publico el semanario universidad en su versión digital y ya validaba una información que no tenía mayor sentido pero lo que hacían era golpear desde diferentes flancos al candidato de restauración.

2) Respecto a las temáticas utilizadas por Semanario Universidad, si estuviera en sus manos hacer una elección ¿cuáles eliminaría y cuáles respaldaría?

Yo creo que semanario tiene investigaciones brillantes es un medio, bueno era un medio que contaba con todo mi respeto previo a esta campaña electoral eran muy incisivos en la manera de investigar y de señal y de puntualizar ,lamentablemente se parcializaron demasiado en el tema político yo creo que no es un tema en el que tengan autoridad moral para venir a publicar en este momento, entonces es un tema del que yo lo sacaría de la cobertura política porque están terriblemente sesgados verdad , hacen muy bien cuando presentan las mismas encuestas que hace el CIEP o cuándo se meten a investigar algunos temas de fondo, pero no en la política del día a día porque tiene un sesgo muy grande y lo demostraron en la campaña verdad.

3) ¿Qué opina al respecto sobre el espacio asignado a cada noticia según los criterios del partido?

Bueno pues fue tremendo como la balanza se inclinó absolutamente de las noticias negativas que publican todas eran de Fabricio , publicaban una o 2 cosas que trataban de vender como negativo pero dentro del cuerpo de la nota le daban vuelta para sacar lo positivo de Carlos Alvarado y para venderle a la gente una sensación de falta equilibrio verdad, pero siempre se fueron totalmente las notas negativas eran sobre Fabricio y restauración y lo negativo que trataban de publicar de Carlos rápidamente le daban vuelta en la nota y lo volvían positivo entonces creo que no se ahí, ahí también se vio muy cargada esa mano.

4) ¿Cómo partido político que tipo de información compartían con el medio en el tiempo electoral, ¿Cuáles eran los enfoques de los temas que ustedes como partido divulgaba?

Nosotros tratábamos de mostrar mucho lo que hacía el candidato presidencial donde estaba, cuáles eran los lugares que visitaba, las reuniones que estaba teniendo y cuáles eran las propuestas concretas en cada para cada una de sus sectores, si se reunía con el sector cooperativo, bueno con los cooperativistas se puede hacer a, b y c o si tenía reuniones con empresarios, a los empresarios tienen que fortalecerse su libertad de trabajo incentivar y motivar la inversión ese tipo de cosas y eso lo que nosotros tratábamos siempre explotar mucho, saber con quién se estaba reuniendo y que se podía hacer por estas personas o que

se debe hacer como país por estas persona pero con un plan concreto , con un respaldo con las acciones a seguir son estas verdad para que la gente se diera cuenta que habían ideas y que las ideas tenían contenido.

5) ¿Considera prudente que el espacio de la primera plana se le asigne de manera preferencial algún partido político, ¿cuál cree deberían ser las características para que una noticia se posicione en ese lugar?

En la primera plana se debe posicionar lo realmente importante y que le interesa a la gente le afecta, le beneficia a las personas por lo menos lo que yo considero a lo largo de los años como periodista cuando es el interés del medio de comunicación el que se posiciona en la primera plana lo que yo creo que para mis intereses debe estar ahí puesto porque me va a beneficiar porque con esta nota voy afectar a fulano, pero voy a beneficiar al otro creo que ahí es donde ya se entra en esa manipulación terrible, las noticias que es muy propia en algunos medios y no solamente en el semanario sino que lo vimos también en otros medios tal vez un poco más nacionales y más grandes y más monstruosos pero que sí se cargaron también mucho de eso y es ahí donde causa más dolor ver como el periodismo una profesión sagrada para muchos, como para mí se ve manipulada utilizada y sirve a los intereses de algunos pocos verdad.

Apéndice #3 Entrevista Partido Acción Ciudadana (PAC)

1. Nombre completo 2. Fecha de la entrevista 3. Cargo 4. Lugar de entrevista 5. Duración

1) ¿Desde su punto de vista cómo describiría la manera en que el semanario Universidad difundió las noticias relacionadas al PAC en la segunda ronda electoral?

2) Respecto a las temáticas utilizadas por semanario universidad, si estuviera en sus manos hacer una elección ¿cuáles eliminaría y cuáles respaldaría?

3) ¿Qué opina al respecto sobre el espacio asignado a cada noticia según los criterios del partido?

4) Cómo partido político que tipo de información compartían con el medio en el tiempo electoral, ¿Cuáles eran los enfoques de los temas que ustedes como partido divulgaba,?

5) ¿Considera prudente que el espacio de la primera plana se le asigne de manera preferencial algún partido político, ¿cuál cree deberían ser las características para que una noticia se posicione en ese lugar?

Apéndice #4 Entrevista Semanario Universidad

1. Nombre completo 2. Fecha de la entrevista 3. Cargo 4. Lugar de entrevista 5. Duración

1) ¿En que se basó el medio para la selección de las temáticas utilizadas en la segunda ronda electoral?

2) El uso de fuentes es utilizada para validar la información que se transmite, ¿Qué medidas tomaron para evitar que los encargados de brindarla no mostraran una inclinación hacia cierto partido?

3) El espacio designado a la portada indica gran importancia, ¿en qué se fundamentan para determinar que puede ser asignado ese sitio?

4) ¿Quién determina el enfoque del medio, lo define el director en conjunto a los periodistas o únicamente el director?

5) ¿Cuáles son las características de la línea editorial del medio?

Apéndice #6 Transcripción de entrevista Semanario Universidad

1. Nombre completo: Javier Córdoba Morales

2. Fecha de la entrevista: 03 Octubre 2018

3. Cargo: Jefe de Redacción del periódico Semanario Universidad

4. Lugar de entrevista: Semanario Universidad

5. Duración: 07minutos con 35 segundos

1) ¿En que se basó el medio para la selección de las temáticas utilizadas en la segunda ronda electoral?

Básicamente en temas de agenda y coyuntura el medio seleccionó los temas buscando atender pues las principales inquietudes de la población en el proceso electoral y atender situaciones de interés público relacionado con las actividades de ambos candidatos.

2) El uso de fuentes es utilizada para validar la información que se transmite, ¿qué medidas tomaron para evitar que los encargados de brindarla no mostraran una inclinación hacia cierto partido?

Yo creo que evitamos las notas de corte opinativo, no hicimos notas como propiamente de análisis, evitamos la mayor parte de la cobertura nota de análisis en las que unos opinaran a favor y otros opinaran en contra de una postura, sino que tratamos más que todo de atender los hechos y las actividades de cada uno de los candidatos, hicimos el trabajo de investigar a ambos candidatos cuando se hacía un trabajo sobre uno se hacía la investigación, sobre el otro para descartar que en ambos casos hubiese la misma actividad, verdad a veces durante la campaña se nos tildó que estábamos a favor del PAC y etcétera y etcétera pero realmente por ejemplo, si hacíamos un análisis de los estados financieros que presentaban al TSE o las cuentas o gastos y demás pues en el caso de Restauración Nacional se encontraron algunas cosas que era lo que se publicaban y cuando hacíamos el mismo análisis en el PAC no se encontraba ningún rasgo digno de publicar, obviamente entonces iban a decir que estábamos contra Restauración porque no publicaban del PAC lo que pasa es que nadie nos dijo ustedes no publicaron esto que estaba ahí y se hicieron los locos. Entonces siempre el balance lo tratamos de mantener en el sentido de tratar de atender la agenda de los candidatos y darles cobertura por igual según fuera la necesidad.

Evitamos mucho a los analistas en la campaña, si vos ves en realidad no hicimos tanto trabajo de sentarse con analistas a que dijeran, por ejemplo las encuestas del CIEP que era un instrumento ya más científico, mejor elaborado que es un instrumento independiente al semanario y que nos brindaba datos para trabajar y también lo que te digo los hechos más que las opiniones durante la campaña.

3) El espacio designado a la portada indica gran importancia, ¿en qué se fundamentan para determinar que puede ser asignado a ese sitio?

Bueno, obviamente siempre se busca que el tema de más relevancia tenga la portada, verdad la portada del semanario usualmente destaca un tema, pocas veces hemos tenido por ejemplo, que dividir la portada o que el tema de la portada comparta espacio con los demás.

Entonces siempre procuramos que el artículo con mayor profundidad, con más despliegue con mayor cantidad de páginas o que cuyo tema sea más consideremos nosotros más relevante sea el que ocupe la portada siempre, hay algún espacio para temas complementarios que se anuncian, pero el tema de portada si llama la atención ya sea por el reportero que ha tenido por la profundidad del tema o por el interés público que pueda generar.

4) ¿Quién determina el enfoque del medio, lo define el director en conjunto a los periodistas o únicamente el director?

El director con los periodistas, en realidad aquí discutimos bastante los temas con los enfoques cuando se van a definir, por ejemplo, la portada siempre tenemos una reunión en la oficina del director sobre cómo titular, qué información tiene que acompañar los títulos, que enfoque podemos darle a los temas, incluso en el proceso de edición surgen preguntas para el periodista, ¿qué por qué hiciste eso así?, ¿por qué no consultaste aquel? O ¿por qué no buscaste esta otra información? entonces es un proceso que en realidad es una construcción entre los periodistas y sus editores.

5) ¿Cuáles son las características de la línea editorial del medio?

Bueno, haber históricamente el Semanario Universidad ha sido un medio que se ha identificado con ideas más de izquierda lo que ahora se llama izquierda progresista, sector izquierda ese ha sido ese espectro con el que se ha volcado el periódico históricamente en sus 48 años, ahora nosotros hemos procurado de unos 5 años para acá de cambiar un poco.

El semanario siempre fue un medio que le daba mucha relevancia al tema de la opinión verdad se hacía mucho esto que te decía anteriormente de buscar un analista verdad que opinara sobre tal asunto hemos tratado de hacerlo más investigativo, mas a pegado a los

hechos más ,con una cobertura que te podría describir más amplia ,verdad incluso intentando darle voz a una diversidad mayor de sectores.

Entonces la línea editorial del Semanario en realidad es un poco difícil de definir ahora, me parece, porque aquí incluso pese a que a veces se nos acusa de estar de un lado o otro según la nota que vea pero realmente la ventaja que tiene el semanario es que al ser un medio que está dentro de una universidad pública que tiene su presupuesto asegurado todos los años que no depende de los anunciantes que no tiene un dueño que incluso las autoridades universitarias le reconocen un grado muy alto de independencia, entonces realmente te puedo decir que el material que se genera acá sale sea estrictamente de esa dinámica entre los periodistas y el director no hay ni llamadas del rector, ni llamadas de los diputados ni de los presidentes, de absolutamente nadie que procure interferir en la línea editorial del medio, podemos identificarnos yo diría sin ningún temor a ocultarlo con las causas relacionadas a los Derechos Humanos Así es un medio que estaba a favor de exigir los Derechos Humanos para todos los grupos en contra del racismo de la discriminación contra las diferentes formas , este pero ideológicamente yo no siento que el semanario se esté tratando de posicionar en algún lado sido de ser un medio con bastante apertura para los distintos sectores.

TABLA # 1*Fecha: Semana del _____ al _____***ESPACIO:****Primera plana****Contra portada****ESPACIO:****TEMATICA :****FUENTES :****ENFOQUE:**