

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**DESINFORMACIÓN A TRAVÉS DE LOS FAN PAGES: UNA  
REALIDAD DE LA ERA DIGITAL**

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**ANDRÉS FELIPE PARRA HERNÁNDEZ**

**TUTOR: LIC. JOSÉ PABLO SALAZAR AGUILAR**

**SEDE ARANJUEZ**

**SAN JOSÉ, MARZO**

## **Dedicatoria**

A mis padres, quienes edificaron en mí un ser correcto, con deseos de superar mis capacidades. A Dios por ellos, mis hermanas y mis sobrinos, Santiago y Bastian. También, brevemente, a aquellas personas que vieron en mi perseverancia y dedicación, jamás me desampararon cuando me encontraba solo por las calles o con información.

A la familia Monge Fuentes, quienes se han convertido en mi segunda casa, en especial a Fiorella, por todos estos años compartidos, de lucha y sueños juntos.

## **Agradecimiento**

A mi familia por el apoyo, a aquellas personas que directa o indirectamente forman parte de este documento, a mi tutor por no dejarme desfallecer y siempre brindarme la oportunidad, a Dios y a la vida por su bondad conmigo.

## Contenido

<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>Planteamiento del problema</b> .....	12
<b>Objetivos de la Investigación</b> .....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos.....	14
<b>Justificación de la Investigación</b> .....	14
<b>Antecedentes de la Investigación</b> .....	17
Historia.....	17
Investigaciones internacionales.....	18
Investigaciones Nacionales.....	24
<b>Proyecciones</b> .....	25
<b>CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA</b> .....	27
Desinformación digital.....	27
Era digital y retroceso del periodismo.....	30
Redes sociales en la desinformación digital (Facebook).....	33
Fan-Pages (Facebook).....	35
Funcionamiento profesional e intencionalidad.....	36
Contenido e información de los medios de comunicación de fan-pages.....	37
Versiones comprobadas.....	38
Públicos digitales.....	41
Acceso a la información Digital (Necesidad de la era moderna).....	42
Ausencia de fuentes de información.....	43
Cultura digital de la desinformación.....	44
Manipulación de la información.....	46
Sindicatos y su información en redes sociales (Guerra de información).....	48
Influencia de la desinformación en las huelgas.....	50
Redes de desinformación.....	51
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	53
Enfoque de la Investigación.....	53
Método de la Investigación.....	54
<b>Fuentes de Información</b> .....	55

Muestras .....	57
Criterios de Inclusión y Exclusión.....	61
<b>Unidades de Análisis de la Investigación .....</b>	<b>62</b>
Categoría: Veracidad (Fuentes, Post propio, imagen) .....	63
Categoría: Estrategias de Viralización (subcategorías, intencionalidad, temas políticos y compartidas).....	63
Categoría: Conocimiento (Subcategoría: públicos digitales).....	63
Categoría: Versiones comprobadas (Subcategorías: versiones de terceros, contra versiones) .....	64
<b>Instrumentos de la Investigación.....</b>	<b>65</b>
Instrumento cualitativo.....	65
Entrevista .....	65
Entrevista de profundidad.....	66
Entrevista estructurada .....	66
Análisis de contenido .....	66
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>72</b>
Estrategias de viralización .....	72
Veracidad .....	79
Conocimiento .....	88
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>97</b>
Conclusiones .....	97
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>100</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>104</b>
Apéndices.....	110
Apéndice A: Modelo de Entrevista I .....	110
Apéndice B: Modelo de Entrevista II .....	110
Apéndice C: Modelo de Entrevista III.....	111
Apéndice D: Modelo de Entrevista Estructurada.....	112
Apéndice E: Modelo de Matriz de Análisis de Contenido .....	114

## Tablas

<b>Tabla 1. Muestreo Análisis de Contenido .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 2. Entrevistas de Profundidad .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 3. Análisis de Contenido (Estrategias de viralización).....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 4. Análisis de Contenido (Veracidad).....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 5. Análisis de Contenido (Versiones comprobadas).....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 6. Entrevista Estructurada (Pregunta 3)...</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 7. Entrevista estructurada (Pregunta 6).....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 8. Entrevista estructurada (Comentarios finales).....</b>	<b>92</b>

La desinformación torna en un fenómeno habitual gracias al desarrollo de la tecnología y el alcance de esta a través de las redes sociales a las personas, por esta razón funge como eje principal del presente documento, que se ejecutó con el fin de acaparar las diversas circunstancias con respecto al comportamiento de fan page que inducen a los ciudadanos a caer en esta práctica.

Un tema que pretende principalmente con diversos instrumentos del enfoque cualitativo, evoca al análisis completo en donde diversas participaciones de expertos y ciudadanos que permitió la creación de nueva teoría en el ámbito digital mediante el diseño de teoría fundamentada.

El desenvolvimiento del tema, trae consigo diversos puntos esenciales de análisis basado en diversas referencias del periodismo y de carreras que se ven involucradas de una u otra manera. Asimismo, algunos de los principales señalamientos constituye en la contextualización social sobre la influencia que poseen estos canales de información y su sistematización con respecto a la forma de divulgar el contenido hasta hacerlo viral. También, la explicación de los expertos en el tema, que ubica de una mejor manera el desarrollo del documento en el aporte del escritor a la sociedad en general.

Del análisis, una de las conclusiones que arrojó la investigación, se enfoca en la forma nacionalista en que una de las fan pages que se encuentran involucradas en una profunda estrategia nacionalista que van en contra de los ideales de los ideales de la administración Alvarado Quesada 2018-2022 en Costa Rica. El sentimiento del ser costarricense, denigrando las imágenes de personas físicas y jurídicas ante la opinión pública.

Como principal recomendación, se establece a la sociedad en general, el corroborar la información emitida por los canales de información informales que viralizan su contenido a través de la plataforma Facebook.

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

El fenómeno conocido como “era digital” contempla la marcha del tiempo a un futuro incierto, en el cual tanto los seres vivos como las máquinas y accesos, tornan una vuelta completa, aplicada al día a día; por tanto, no existe nada ni nadie en este mundo a salvo de esta anomalía. Sin embargo, el punto a enmarcar en el desarrollo de esta travesía, se establece en el avance tecnológico introducido a los canales de información digitales, y principalmente el enfoque conocido como la “desinformación”. De acuerdo con Ocampo (2017), los medios de comunicación de mediados de los noventa, tuvieron una preparación futurista y se fueron moldeando a un posible sistema digital de contenido que hoy en día, más de veinte años después, es una realidad (.p 2.).

Es por tanto que el proceso de adaptación del periodismo costarricense, que el surgimiento de dichos mecanismos de información, haría posible una alteración del contenido a conveniencia. Asimismo, el éxito obtenido de este tipo de comunicación, profundiza un planteamiento estratégico, a las nuevas tecnologías que desprenden un énfasis notorio en un público establecido, o, un sector que busca en concordancia, un resultado negativo hacia una actividad o ente.

#### **Planteamiento del problema**

Con esta incidencia sobre la investigación, se podrá conocer el uso y aplicación de herramientas que existen hoy, gracias a la evolución tecnológica, el método empleado del sistema que utilizan los fan page más grandes del país para tener un rendimiento alto en sus publicaciones, con el fin de surgir económicamente; además, las convergencias en donde permite tener una aceptación grande dentro de la población costarricense que consume la información posteada por los administradores de las páginas. Además, la trascendencia fundamental en la cual impacta dichas estrategias en el mercado laboral, ofreciendo nuevos portillos laborales, dando rumbo a un nuevo periodismo que contempla diversos enfoques.

Recopilando lo expuesto, este trabajo pretende resolver la interrogante sobre la aplicación y transformación digital establecida en el mercado laboral, abre las brechas ya mencionadas, enfoca principalmente la desinformación, como eje principal, pero sin olvidar otra de las grandes problemáticas como lo es los “fake news”. Además, debe analizar el impacto que esto tiene en la sociedad costarricense.

Asimismo, la determinación de los públicos principalmente afectados en esta práctica anti ética, sobre la población que siguen estos fan page, qué consecuencias trae principalmente a la sociedad costarricense, donde figuras o personas se verían realmente “afectados”, mediante incitaciones y perspectivas que acarrearán la imagen del sujeto ante la opinión pública, que incluso intuye en “teorías de conspiración política”. La ausencia de fuentes confiables está disminuyendo la veracidad de los medios de comunicación de trascendencia y profesionales del país, debido a que la desinformación y tergiversación de esta, enfatizan a sus públicos una incredibilidad de estas instituciones, ante el pueblo nacional.

Por esta razón se abre una posibilidad muy grande de que el periodismo nacional atraviese por una posible pérdida de credibilidad; asimismo, surge la interrogante principal sobre la cual se desarrollará esta investigación: ¿Qué influencia social tienen los fan-pages en la actualidad? Específicamente Televisión y Radio RN, en relación con el crecimiento de la desinformación, en la ciudadanía costarricense durante las protestas sociales.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Analizar el impacto de la desinformación que tiene el fan page “Televisión y Radio RN”, en la ciudadanía costarricense, en relación con las protestas sociales ocurridas entre agosto de 2018 a agosto 2019.

## **Objetivos específicos**

Identificar la veracidad del tipo de información publicada en el fans pages “Televisión y Radio RN”.

Determinar las estrategias de viralización y el impacto del fan page para la distribución de su contenido, en la plataforma de Facebook.

Estimar el nivel de conocimiento del público sobre la versión del contenido en dichos fan pages, en comparación con las versiones comprobadas sobre los mismos contenidos.

## **Justificación de la Investigación**

El desarrollo de la presente investigación, busca evidenciar una problemática actual que se converge con el auge de las redes sociales, entre las cuales existe un canal de información denominados “fan pages” o páginas de Facebook. Las mencionadas entre comillas, juegan actualmente un papel muy importante en la actualidad nacional, debido a que el acceso a la información se volvió una demanda constante del costarricense; pero, la difusión de ésta no siempre es adecuada.

El estudio sobre los medios de comunicación que nutren de información no confiable o de índole falso, es una constante en esta vía social, por lo cual, el fundamento gira en torno a una figura conocida, o como sucede en el presente, a un político. Asimismo, el mal costarricense de la nula culturización sobre temas de importancia nacional, justifica el crecimiento acelerado de estos fan pages. Sin embargo, no todos los involucrados en dicho ámbito, se encargan de tergiversar la información a conveniencia, por eso, es que dicha investigación sostendrá una necesidad de la era digital.

Si bien la era digital, desde su aparición, se ha “prestado” de alguna manera, para dicha viralización de la información; por ejemplo, en años anteriores se utilizaba dichas herramientas para comunicar el “fallecimiento” de alguna persona famosa, que posteriormente sería desmentido por el mismo. Sin embargo, como es mencionado en el

primer párrafo de la justificación de la investigación, actualmente, Costa Rica no atraviesa un buen momento económico y político. Multimillonarios casos de corrupción se dieron a conocer del 2016 hasta el presente, donde los principales acusados son políticos que eludieron la justicia e incluso hoy forman parte del Gobierno actual. Pero, la misma tecnología otorga empoderamiento para distorsionar y aumentar la incertidumbre ante la actualidad nacional.

No obstante, primero se debe centrar sobre la desinformación y luego su enfoque; por esta razón, el sustento de la investigación tendrá un entorno muy realista, algo quizás, nuevo en la era, pero con antecedentes existentes en tipos similares de desinformación.

Según Cortés e Isaza (2017), “la desinformación gira en torno a un resultado a fin de una conveniencia en un objetivo en común de sectores o individuos; asimismo, está constituido por diversos subtemas que concretan una realidad ficticia, pero, que influencia un sector” (p. 7). En Costa Rica, la manipulación de la información, es una constante que se refleja en noticias trascendentales reveladas por medios de comunicación, en este caso, la corrupción y anomalías dentro del Gobierno, así como datos presuntamente de índole falsa en contra de alguna persona.

Existe un ejemplo claro de lo que se aborda en el párrafo anterior, por lo tanto, de acuerdo con Cortés e Isaza (2017), “en el caso de la desinformación alrededor de la campaña presidencial en Estados Unidos, a los jóvenes macedonios podía resultarles indiferente quién ganase la elección; pero no a los operativos rusos que también influyeron en ella”, (p. 7). En dicha investigación, se expone uno de los casos clásicos de la manipulación de la información, que al final se convierte en desinformación. Sin embargo, hoy existe otra tendencia en redes sociales en el país, y se remite al llamado y conocido “patriotismo”.

Asimismo, las diversas estrategias empleadas para la divulgación de esta información ficticia, se considera como un verdadero método desconocido hasta cierto punto, debido a que la era digital facilita la distorsión de las técnicas empleadas por los diversos individuos, en este caso, los “fan pages”, se convierten en los principales

acreedores de una información tergiversada e inaudita; por lo consiguiente, la facilidad de seguir a estos “líderes”, trae consigo una apertura a diversos criterios que son fundamentados en información inconcreta.

La desinformación, en el país, ha provocado huelgas sobre situaciones ficticias, según lo vivido en el año 2018. El más claro ejemplo ocurrió con los sindicatos del Instituto Costarricense de Electricidad, donde un rumor sobre una posible desmantelación del ente, provocó que los trabajadores se lanzaran a las calles, la pregunta surge ¿quién filtró dicha información? En la actualidad, la tergiversación que procede a una manipulación de datos, ha hecho que la ciudadanía poco educada caiga en las garras de la desinformación, por lo consiguiente, surgen criterios diversos, generando teorías conspirativas.

De acuerdo con Cortés e Isaza (2017):

Las teorías conspirativas buscan explicar un suceso particular como el resultado de un plan cuidadosamente coordinado por un individuo o un grupo. Las motivaciones son generalmente secretas y maliciosas, y las acciones se ejecutan en detrimento del interés general. Estas teorías pululan en canales de videos y páginas de Internet, y se presentan muchas veces como noticias a pesar de su escaso fundamento fáctico (p. 8).

Asimismo, existen múltiples razones por las cuales, la manipulación de la información que provoca la desinformación, logra filtrarse dentro de la ciudadanía debido a diversos factores, pero, existe una cuyo peso es inequívoco, y justificable para la problemática, la poca educación y culturización en temas de interés público. Según el autor Luis Romero (2014), “es así como sin una cultura de dieta informativa o ecología de comunicación enmarcada en programas de educación inicial y secundaria, es casi imposible lograr a futuro que los ciudadanos prioricen y jerarquicen sus necesidades informativas” (p. 52).

Sin embargo, existe otro concepto que aumenta la brecha de la desinformación como una problemática social que va de la mano, en parte a la información y valores

inculcados al individuo. Pero, de otra manera, la desinformación se convierte en ese punto que tiene dos valores; una, que comprende su formación y, otra, que se regula por otros individuos con un fin específico, ocultar los márgenes reales de una acción, “la preocupación por regular el acceso y uso de la información ha provocado que se elaboren múltiples marcos normativos para estipular los principales deberes y derechos, así como las faltas y violaciones en las que se puede incurrir en tal ámbito” José Rivera Costales (2018 p. 7).

Esta investigación permitirá conocer la influencia social que los fan pages están teniendo en la ciudadanía costarricense; asimismo, pretende evidenciar el tipo de contenido y estrategias establecidas en dichas páginas de Facebook, cuyo objetivo es mostrar el fin de la veracidad de la información, en contra de aquellos individuos o instituciones señalados en estas informaciones.

Además, aportará un contexto actual de la realidad nacional en cuanto al desarrollo social en las protestas de agosto 2018 a agosto 2019, realizadas por diversos sindicatos del sector público. Es importante analizar la influencia de las páginas “Televisión y Radio RN” y “Usted no es mi presidente”, cuyos resultados serán de gran ayuda a la ciudadanía costarricense para poder atacar el problema de la desinformación.

### **Antecedentes de la Investigación**

Antes de entrar en detalles de la desinformación como tal, es primordial conocer cómo se fue desarrollando desde su historia, las investigaciones que existen sobre este fenómeno hechas por personas referentes de épocas anteriores para comprender qué comportamiento solía tener en esa época. Por otra parte, conocer a las figuras que tenían el fenómeno bajo la lupa de investigación, qué conclusiones trajo este y las mejores apreciaciones de los encargados de documentar dichos hechos.

#### **Historia**

El periodismo, desde su aparición, ha sido una carrera que por fuerzas mayores sufrió diversos ciclos evolutivos en cuanto a la adaptación a los nuevos horizontes; citan a

la práctica de esta carrera, como uno de las primeras profesiones en tener visiones tecnológicas futuristas, en los cuales hoy se considera un futuro incierto para múltiples enfoques; es ahí donde nace lo que llamaremos “la era digital periodística. Según Ocampo (2017.), la aparición de los medios digitales consta de más de veinte años de historia, “Entre 1994 y 1996, aparecieron los primeros medios digitales, que en ese entonces eran tan solo el volcado a la web” (p. 2).

Asimismo, Vladimir Lenin (1902), citada por Romero 2014, alude a que “proclama la importancia de la propaganda, la agitación y el engaño como elementos integrales de la estrategia comunista.” (p.19). Es entonces, el primer registro encontrado de una manipulación de la información para el antojo de un público en específico.

El proceso de los ciclos periodísticos a través de las herramientas tecnológicas, ha visto en su entorno cambios muy significativos; a principios de siglo se creyó en el proceso lento de la información digital como un avance más a futuro, sin embargo, según Lope, Lazo y Gabela (2018) establece al respecto lo siguiente:

La era digital tomó fuerza debido a una transformación que trajo consigo una credibilidad oportuna a los medios de comunicación digitales, donde realmente comenzó la migración a lo que se le conoce como “periodismo de datos”, iniciando en el 2009 en adelante hasta la presente época (p. 6).

Tras esta sucesión de hechos a través de la línea del tiempo, la evolución actual de la era digital, una ola de páginas de Facebook o Fan Page, invadieron la red social más grande del país. Durante el periodo del gobierno Alvarado Quesada 2018-2022, considerando para esta época una, según lo mencionan Cortés e Isaza (2017): “El interés político en las fake news no es necesariamente excluyente del económico. Si bien algunas noticias falsas se crean con una u otra motivación, en muchos casos ambas órbitas pueden confluir” (p.7).

### **Investigaciones internacionales**

El desarrollo del presente trabajo se sustentará en enfoques anteriores realizados por diversos investigadores, que aportan datos y argumentos valiosos; por ejemplo, de

acuerdo con Ocampo Villegas (2017), en su reporte de investigación “Ciberperiodismo en evolución”, los medios digitales están implementado diversas estrategias de posicionamiento para cobrar relevancia y convertirse en un canal referente en torno a la comunicación; pero, “pasan por alto la posibilidad de traspasar las fronteras y de aprovechar que la red hace posible pensar en alianzas e impactos transnacionales” (párr. 6).

El modelo desarrollado en el estudio, refleja una realidad continua desde el periodismo de datos, a principio de la presente década, por demás, el crecimiento en las plataformas tecnológicas, tuvo un impacto importante en el crecimiento de la desinformación en el país; mas, conforme a lo acotado, en la gestión Alvarado Quesada. La aplicación de dichas estrategias, han convertido a estos canales de comunicación en una realidad nacional, que a sí mismo, se convirtieron en pioneros de la desinformación digital.

Asimismo, para comprender el fenómeno de la desinformación, primero se debe conocer el principio del periodismo de datos, su comprensión, estatus, beneficios y agraviantes. Según Rivera 2017 en su investigación con enfoque mixto, “El periodismo de datos, una alternativa al fortalecimiento del periodismo digital”, explica la importancia de la manipulación de la información en la cual los periodistas son el canal principal para el aporte a la sociedad.

Sin embargo, la poca culturización nacional provoca que la desinformación tome un rol más trascendental del que debería, “para utilizar esa información, se hace necesario que los periodistas de investigación sepan cómo obtener, limpiar, analizar y contextualizar los datos desde lo digital, al poner esas capacidades al servicio de la sociedad” (Rivera 2017, p. 221).

No obstante, las tendencias, vuelven el proceso de información falsa, con el interés en común de ciertos grupos relacionados o con algún fin en común. Según Castillo (2017) en su reporte de investigación de enfoque cualitativo, concluye que “por su parte, la polarización de grupos es una forma de asimilación tendenciosa en la que los rumores se respaldan porque provienen de personas de mentalidad afín o con intereses compartidos” (p.14).

Pero, una vez enlazados los conceptos, se aterriza la idea sobre aquellos que han marcado el tema de la desinformación, posibles soluciones a este tipo de problemática social, según Cortés e Isaza (2017) en su investigación de enfoque cuantitativo: “Noticias falsas en internet: la estrategia para combatir la desinformación” concluyen sobre la situación que estas informaciones deben de ser reguladas mediante las plataformas más grandes del mundo, Facebook y Google; además, de solicitar solventar mediante cuatro soluciones irrumpir la convergencia desinformación y “Fake News”-sociedad.

No obstante, la filtración de esta información es una de las principales problemáticas que permite la viralización de este tipo de contenido; “las noticias falsas que se promocionan comercialmente suponen unos retos y exigencias, distintas para las plataformas”, Cortés e Isaza 2017, (p. 21). Al comprender lo expuesto, existe una estrategia de marketing utilizando los conceptos de Facebook Empresarial, incluso, como principales aliadas para realizar un medio de comunicación a base de desinformación, que incluso llega a generar recursos monetarios a los distribuidores del contenido.

Para poder contextualizar de una manera más simple la actualidad nacional del periodismo, la recopilación de los datos internacionales expuestos por los diversos investigadores, colocan el nacimiento del periodismo de datos como una evolución en el mercado laboral de los profesionales en comunicación. Sin embargo, también se aclara que la desinformación, es hoy, uno de los contenidos más beneficiados con la digitalización.

No obstante, el enfoque de los profesionales de la carrera de periodismo, deben comprender la rigurosidad con la que se debe tomar el tema de las herramientas digitales, en relación con el tema de la desinformación, que se entorna una fácil viralización de las informaciones, así como un acertado trato hacia el público establecido para la empresa, sustentando la utilización de fuentes confiables en los temas diversos, incluso para desmentir informaciones falsas, las cuales circulan todos los días. En su reporte de investigación de enfoque cualitativo, Maestría de Periodismo y Medios de Comunicación, Nicolás (2018) contextualiza que la actualidad del periodismo en general ha dado un giro contundente con la llegada de las redes sociales:

Internet, las redes sociales online y los celulares han cambiado al periodismo, tanto en las mecánicas de trabajo como en los formatos de publicación. Pero pese a esos enormes cambios, la esencia de la tarea se mantiene. Y las fuentes siguen siendo centrales en el desarrollo de un artículo periodístico y en una investigación (p.55).

En relación con lo mencionado, los periodistas y el poder de la información, cumplen el rol más importante de la sociedad, es una vía de comunicación acertada entre los principales poderes del país con la sociedad, por eso, de acuerdo con Lope, Lazo y Gabela, (2018) en su investigación de enfoque mixto, “investigación de la clasificación de la datificación de la era digital”, concluyen que la nueva era, “podría encontrar impulso estableciendo estrechos vínculos con los estudios sobre relaciones entre sociedad, ciencia y tecnología” (p. 154).

Consecuentemente, las brechas se recortan gracias a la era digital, la sectorización en cuanto al derecho a la información establecida en el artículo 19 de la Organización Mundial de los Derechos Humanos. La digitalización ha permitido el acceso equitativo de personas a diversos medios de comunicación, tanto que equivale a gusto, comodidad y credibilidad, dentro de múltiples medios digitales que existen en Costa Rica, la información contemplada en estos canales de comunicación ¿será real?

La calidad de los medios de comunicación actualmente, es la principal razón del porqué las personas los han dejado de seguir; en parte, la desinformación es ¿culpable? De la presente realidad de las instituciones. El autor Luis Romero (2014), mediante su investigación: “Pragmática de la desinformación” de enfoque cualitativo, realizó una evaluación a la calidad de la información aportada por los medios de comunicación, en el surgimiento de la digitalización, y concluye lo siguiente:

El uso promedio de fuentes idóneas, la cuantificación por contenidos según géneros, la diversidad geográfica de las informaciones y opiniones, el equilibrio ideológico y del sesgo editorial, la titulación, la calidad expositiva, la presencia de estrategias

pragmáticas de desinformación, el uso de indicadores estadísticos y las imágenes con respecto a los acontecimientos (p. 325).

El análisis de lo expuesto por Romero (2014), indica que la calidad de los medios de comunicación marcaba una credibilidad promedio; por lo tanto, la dirección que tomaron los profesionales de la comunicación fue la correcta en aquella época. No obstante, la realidad actual, al menos en Costa Rica, es diferente con respecto a los años anteriores; por lo cual, se reitera la pregunta, ¿Es la desinformación la principal razón de la baja credibilidad en los medios de comunicación costarricense? Las especificaciones de los antecedentes internacionales en la lectura de esta investigación, realizan un enlace con base en los estudios mostrados; asimismo, comprende la desinformación como un proceso de democracia y libre albedrío de las personas que se dedican a comunicar información en sus redes sociales, así estas no sean acertadas, infringiendo sobre las nuevas infracciones conocidas como los delitos informáticos.

Por consiguiente, la elaboración de una democracia digital a través de las fan pages, coloca una controversia sobre el derecho a la información y hasta qué punto se le puede considerar una democracia. Asimismo, el autor Rosas, (2012), en su investigación: “La ética de la confianza en el periodismo digital”, con enfoque cualitativo, la garantía para una información acertada que permita contemplar el ejercicio de la libertad de albedrío, gira en torno a diversos aspectos que funcionan de manera conjunta.

“Más allá de la verificación racional que caracteriza los juicios de credibilidad y transparencia, la confianza se perfila en las entrevistas y cuestionarios como una disposición, una actitud compleja compuesta por elementos cognitivos, afectivos y conativos”, (p. 166). Si se acopla a la realidad nacional, esto no se hace, actualmente cualquier información toma relevancia, incluso, sin corroborar la confiabilidad del contenido presentado al público, debido a que la misma desinformación ha logrado que los canales de difusión de este tipo de información, gocen de credibilidad, aunque su información no sea veraz.

El uso de las redes sociales, se convirtió en el principal canal de información para las personas, por su fácil acceso; asimismo, la inclusión abrió las puertas a los medios de comunicación, por ende; es la plataforma más utilizada por los profesionales, pero, también por las personas que promueven la desinformación en la población; por supuesto, esto ha generado disyuntivas entre sectores para una manipulación soberbia y evidente.

Entonces, analizando la información se lleva una línea sobre una problemática real, de acuerdo con el autor Christian Martínez (2017), en su investigación de enfoque cuantitativo, “Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de los Andes”, abre una ventana para asimilar parte de los medios de comunicación, donde la deducción de la importancia del uso adecuado de las redes sociales como medios de difusión.

Asimismo, la carrera de periodismo no dista de una culturización dentro de los profesionales; parte de estos valores éticos muestran y definen la seriedad de la información que los comunicadores ejercen para llevar el día a día, con base en fuentes confiables y veraces. Esto conlleva un enlace con las interrogantes en torno al tema principal de la desinformación, tratado durante esta exposición de antecedentes. Pero, es bueno observar o tener perspectivas de diferentes puntos de vista; por esta razón, surge otra interrogante; ¿la falta de profesionalización está lesionando la ética periodística?

De acuerdo con Barredo, Oller y Hernández (2015), la información recopilada torna la veracidad de la información, por parte de profesionales entrevistados; evidencia la importancia fundamental y base sencilla del buen periodismo:

Para los periodistas entrevistados ser objetivo depende en buena medida del tipo de fuentes con las que se construye la información; ha sido esta la asociación de primer nivel que hemos localizado. En el núcleo de vinculaciones terminológicas sobre la objetividad, encontramos dos géneros predominantes, cuya información tenderá a ser más objetiva (noticia y reportaje), en tanto que las menciones frecuentes a realidades externas –como mundo, lector, gente–, resaltan el ejercicio

de transparencia y de verificación social al que se someten o han de someterse los informadores (p.12).

Los autores internacionales presentados contemplan dentro de sus investigaciones, la concordancia de la importancia que hay en la manipulación de la información; por ende, su divulgación cumple con una gran responsabilidad ética del profesional, en la manipulación de dicha información.

No obstante, el bloque internacional termina para dar paso a los investigadores nacionales de los temas relacionados.

### **Investigaciones Nacionales**

En el ámbito nacional, la expedición del tema para desarrollar una investigación sobre la desinformación y el desarrollo del tema, es adaptada a las investigaciones anteriores; sin embargo, por la frescura del eje de investigación, el trabajo podrá tomarse en consideración para heredar a futuras generaciones del periodismo.

Por otra parte, la digitalización nacional se analiza desde el poder en el país. El Gobierno, que es la fuente principal para los medios de comunicación, evalúa cualquier tipo de mala manipulación de la información; y esto podría repercutir en un caos social. Es por eso que, el proceso del Estado en estos temas, necesita una presencia con bases y operaciones impecables. De esta manera, la virtud de las palabras tendrá un mensaje claro y conciso hacia la población costarricense; sin embargo, no solo los agentes externos consternan el accionar del Poder Ejecutivo, sino que las malas prácticas de comunicación ostentan un pulso grande en la desinformación.

Según el autor nacional, Roberto Cruz (2017), pone en tela pública razones de lo que concluyó su trabajo de investigación de enfoque cualitativo: “Gobernanza digital en Costa Rica, un análisis de propuestas”, en la cual analiza al Gobierno en su proceso a la mejora y evolución. “En Costa Rica, el desarrollo del Gobierno Digital ha tenido altibajos, lamentablemente imperando los puntos negativos. Allí donde otros estados lograron

identificar las necesidades e imperativos políticos y administrativos para generar los cambios necesarios” (p. 16).

Asimismo, uno de los públicos más duros de persuadir, es casualmente el que más domina en el mundo de las redes sociales, destacando el punto de los jóvenes dentro de los que menos desinformación consume, quizás a su estudio o poco interés en la actualidad nacional, lo que discrepa de una convergencia entre ambos temas. Sin embargo, a los otros que sí les interesa conocer y saber sobre la situación gubernamental, asimilan e indagan sobre la veracidad de la información.

A través de este análisis se podría considerar la pregunta: ¿Es el único público con cultura y tendencia a estar informado? De acuerdo con Domínguez (2016), en su informe de investigación: “Redes sociales digitales y juventud universitaria. Un tema emergente en investigación educativa”, visualiza al joven académico como un conocedor en potencia del funcionamiento y manejo de las redes sociales y las informaciones que estas conllevan, por lo consiguiente, lo convierte en el público con percepciones y críticas negativas en contra de la desinformación, y afirma lo siguiente:

Esta revisión permitió identificar dónde estamos en este tema emergente en investigación educativa, encontrando un período de transición de estudios descriptivos hacia estudios interpretativos que nos lleven a comprender el fenómeno de las redes sociales digitales y su interacción con grupos universitarios de jóvenes con una gran presencia en la denominada cultura digital (p. 61).

Este proyecto pretende agrupar los argumentos expuestos, con miras en mostrar qué tanto daño hace la desinformación en los ciudadanos, y en la sociedad. Asimismo, en el siguiente apartado se mostrarán las proyecciones de la investigación.

### **Proyecciones**

El desarrollo de un tema como la desinformación en tiempos de crisis, se espera que tenga resultados profundos, contundentes y concisos, mediante metas propuestas para

desarrollar la investigación. De este estudio se pretende obtener cuatro logros para que la tesis sea completada:

- Como meta principal, se debe demostrar que las páginas de Facebook como Televisión y Radio RN, que tratan temas políticos, no son parciales en la emisión y dirección del contenido.
- Conocer la distorsión de criterios que transmite Televisión y Radio RN mediante su contenido.
- Determinar posibles estrategias empleadas por la página para poder viralizar su contenido, mediante la plataforma de Facebook.
- Asimilar el grado de conocimiento que tienen las personas sobre la veracidad de la información que distribuyen estas páginas.

Tras conocer las metas establecidas según fines de este proyecto, se debe acotar el cómo se hará, sus herramientas y enfoques que conlleva la investigación; también, se definirá el formato otorgado al presente estudio, que se sustentará en dos componentes para el desarrollo de la propuesta.

## CAPÍTULO II

### MARCO DE REFERENCIA

El desarrollo y sustento de este trabajo, completará una parte del análisis de teoría expuesta por otros investigadores que quizás no emplearon el mismo tema, pero sí profundizaron y esclarecieron conceptos, dentro de sus proyectos; anomalías que también forman parte de esta investigación. Con el fin de llevar hacia los futuros analistas que tomen como base este proyecto, una ventaja de comprensión más simple, así como una coyuntura sobre la temática de la desinformación actual, y los nuevos canales para la divulgación de información de dudosa procedencia.

La consolidación del análisis abarcará diversos puntos conceptuales generados de interpretaciones referenciales importantes, que ayudarán al lector a comprender la forma en que se enlazan las situaciones que presenta el fenómeno. Estos apartados se sustentan en la exposición de distintas entidades referentes que proporcionaron definiciones que permitirán conjugar términos para solventar diferentes terminologías, así como contextualizar los hechos al presente de la desinformación en Costa Rica.

La diversificación de los temas será contextualizada como un enlace que concuerde como la secuencia de una historia. A continuación, se gesta el análisis de otras investigaciones que aportarán información que ayudará a generar nueva teoría para la actual desinformación, a través de las redes sociales, en este caso, en la plataforma de Facebook mediante la página “Televisión y Radio RN”.

#### **Desinformación digital**

La desinformación digital de la nueva era, es algo que debe considerarse tema de interés público; su dominio cada vez asume más envergadura en la sociedad costarricense, aún hoy por hoy no son los medios de difusión lo suficientemente poderosos para dominar el mercado; no obstante, en un futuro no sabemos. Es primordial tener una dirección sobre la definición del tema. Por ejemplo, la periodista Shelly Banjo (2019) del diario neoyorquino TheWashintong Post, define la desinformación como sigue:

Contenido falso difundido con la intención específica de engañar, engañar o manipular. (Eso es diferente de la información errónea, que es errónea pero se difunde involuntariamente). La desinformación puede tomar la forma de noticias legítimas, tweets, publicaciones de Facebook o Instagram, anuncios y grabaciones editadas distribuidas en las redes sociales o mediante la aplicación de mensajería (párr. 3).

Sin embargo, una nueva modalidad de desinformación tiene como posible desembocadura en una crisis social, muchos atestados podrían adoctrinar esto como el movimiento de una clase mediática, la política; no obstante, para los investigadores Sánchez, Naranjo, Barranquero y Simons (2011), “la imagen del periodista fiscalizando la labor de las élites políticas, forma parte de un contexto comunicativo en desaparición. Los profesionales enfrentados al poder han dado paso a periodistas precarizados, dentro de instituciones mediáticas” (p.5). La inclinación de Sánchez, evoca en aquellos años, quizá, en el principio de una realidad asimétrica que tomaría más forma aún en la actualidad y en el pasado.

Dando una contextualización a lo que se vive en los finales de la década de agosto de 2018 hasta agosto del 2019, Costa Rica sostuvo una lucha social por nuevos impuestos tributarios. Sin embargo, dichas manifestaciones vinculan el nacimiento de canales de comunicación que generaron informaciones presuntamente falsas o imprecisas, donde el mayor perjudicado, posiblemente serían los pobladores costarricenses. El investigador, considera que la divergencia es la principal razón por la cual existen informaciones homogéneas que absorben a las masas (Sánchez 2011, p. 5).

En este caso, persuasivamente se esté en frente de una nueva terminología que debe crearse, con el sentido de que la desinformación digital noticiosa es una realidad en la nueva era del periodismo, tomando una tergiversación de la información con una ganancia propia de públicos, de viralización en redes y difusión de interpretaciones que contienen hechos contextualizados, que asumen una postura principalmente de temas con ídoles sociales que buscan una reacción en su mayoría negativa. Este estilo periodístico crea falsas

expectativas, impresiones y afirmaciones. Asimismo, la definición también conlleva una determinación importante, y es, el sujeto afectado.

Por lo general, las noticias falsas o imprecisas destruyen o intentan atentar contra un sujeto físico o jurídico de carácter institucional, así lo establece Shelly Banjo (2019):

Las barreras a la comunicación de masas son más bajas. Con plataformas como Facebook y Twitter, los proveedores modernos de desinformación solo necesitan una computadora o teléfono inteligente y una conexión a Internet para llegar a una audiencia potencialmente enorme, abierta, anónima o disfrazada de alguien u otra cosa, como un movimiento genuino de base. Además, se pueden desplegar ejércitos de personas, conocidos como trolls y los llamados bots de Internet, software que realiza tareas automatizadas rápidamente, para impulsar campañas de desinformación a gran escala (párr. 6).

La fortaleza de los sujetos dedicados a este tipo de comunicación, no solo abarcan una o dos personas; la idea tentativa es que existen grupos de personas en la plataforma más utilizada como un canal de comunicación directa entre los involucrados, Whatsapp. Adjudicando una interpretación más simple, constituye “el boca a boca de la nueva generación”. La ebullición de esta información que debe mirarse con cuidado, no se sabe qué alcance y qué tan veraz puede ser, lo cual puede concluir en una alteración significativa de la sociedad.

La definición digital posee entre sí, diversas caras que entrelazan un potente hallazgo en el periodismo del siglo XXI. En Costa Rica, la teoría no permite enterar a las personas que tengan la libertad de leer este documento, de cómo actúa la libertad de prensa y quiénes realmente utilizan los “fake news”, en los principales escándalos gubernamentales. Por lo general, en el país, los tipos de ejecuciones sobre la desinformación digital podrían incluir tintes políticos en su mayoría; ahora, se puede considerar la principal arma de aquellos que no gustan de las decisiones que algún ente o sujeto público emita en temas de carácter social.

Para el investigador Luis Romero (2014), esta afirmación no es descabellada y asegura que “la incidencia política de los medios públicos no está muy alejada de las realidades de cualquier medio de producción, en el que una empresa manufactura un producto que circulará por un canal de distribución hasta llegar a un consumidor” (p. 28). Entonces, ¿se puede adjuntar dentro del conocimiento público e investigativo la desinformación digital como un hecho cognitivo y real de la actualidad nacional y mundial?

Para la consecución del camino que lleva a la teoría que imparte esta investigación, se hará ebullición en el siguiente ítem, la Era digital, que se ha convertido en una herramienta al alcance de la mayoría de personas a nivel mundial.

### **Era digital y retroceso del periodismo**

Las figuras mediáticas del periodismo costarricense, son una pieza importante en la credibilidad o imagen de un medio de comunicación ante la población; hoy en día, el país se rige dentro de las nóminas sociales por personas que se convierten en una imagen a seguir en el día a día; por ejemplo, la periodista Pilar Cisneros, en el 2018, fue para la ciudadanía una figura mediática de importancia, tras las declaraciones en una entrevista realiza por el periodista Fabián Zolo, en el espacio De Cerca y Personal, donde calificó y ratificó al periodismo como una espacio lleno de imágenes y además, afirmó que los medios se venden por dinero, en este caso, declaró sobre Televisora de Costa Rica, Canal 7.

Las presiones y las alusiones del medio, eran más a campos pagados, el periodismo lite al periodismo liviano, sucesos. Al principio, trabajábamos con los mismos valores, sin embargo, con el tiempo los canales se separaron. Hoy en día, el periodismo no confronta, no cuestiona, por ejemplo, usted va a una conferencia de prensa con el Ministro de Trabajo, y él le dice a, b y c. Pero solo ha hecho a, pero ¿b y c? Si usted no se leyó el plan de trabajo no puede cuestionar a los jefes. Cisneros (2018).

El desinterés por información que otorgue poder al medio de comunicación, en este caso, investigaciones de profundidad sobre actos de corrupción, la manipulación de medios y la venta de espacios en busca de mayor dinero, ha llevado al periodismo costarricense a niveles de escasa credibilidad; sin embargo, el trabajo realizado por grupos de periodistas entregados al pueblo costarricense, al ejecutar estas acciones, han visto repercusiones por decisiones estatales en donde la carrera como tal, fue ampliamente abierta, debido a una libertad de expresión que se confunde con el periodismo profesional; asimismo, podría ser una estrategia para debilitar a los grupos investigativos de la prensa.

No obstante, el querer debilitar el periodismo profesional, otorga mayor fuerza a los fan pages; hoy existe una disyuntiva bastante grande en Costa Rica, según la Sala Constitucional en las sentencias 2019-15038 y 2019-15039, en las cuales se expresa que para ejercer profesionalmente la carrera de periodismo, es decir, cualquier persona que quiera comunicarse de una manera distinta o similar a un medio de comunicación, se le considerara como un profesional ejerciendo la profesión. Quizás el lector encuentre fuera de contexto la problemática expuesta en la introducción de este ítem; sin embargo, es parte fundamental del tema, y el desarrollo de la presente investigación

Según datos del periódico La Nación en su revista Especial 50 años (1996), su sitio web fue establecido en 1994, y fue el primero en consolidarse en Costa Rica, entrando en emisión a partir de 1995. Lo acontecido dio nacimiento a una nueva modalidad de periodismo: la digitalización. No obstante, para profundizar en este término, el investigador Javier Barrio (2017), alude a la masificación y facilidades otorgadas por esta nueva generación de este estilo periodístico que él denomina Medios Sociales Digitales:

Se hace referencia al término anglosajón social media son plataformas de publicación de contenido donde emisor y receptor se confunden en capacidades y funciones. Las herramientas como blogs, wikis, podcasts, redes sociales, agregadores, etc. permiten a los usuarios convertirse en medios de comunicación donde ellos toman las decisiones de los contenidos que se publican, cómo se clasifican y cómo se distribuyen (p. 98).

La digitalización, literalmente, se está comiendo el periodismo tradicional a pasos agigantados, las virtudes que existen en una plataforma en pro de la generación de contenido, no hace más que alcanzar las huellas profesionales y en Costa Rica, tomar cualquier generador de contenido como “profesionales de la comunicación”. Es aquí donde debe aludirse al comunicador dentro de una atmósfera informativa, que, en estos casos, se tiene que definir como aquellas personas que se dedican a comunicar datos y hechos de forma aficionada. Datos que quizás no se encuentran dentro de la lógica y ejercicio que realiza cualquier ser humano que de una u otra manera logre comunicarse con sus semejantes.

El portillo se ha abierto para aquellos sujetos que se hacen llamar “periodistas” o popularmente conocidos como aficionados. A hoy, las afectaciones en el periodismo nacional podrían ser considerables, la poca credibilidad y desconfianza del pueblo costarricense debido al crecimiento de diversos canales de comunicación que abarcan un sentimiento en común con cierta cantidad de público que comparte los ideales del medio; en este caso, la facilidad de la tecnología permite diversas formas de comunicación y viralización del contenido.

La potestad es tal, que un grupo de manifestantes del Instituto Costarricense de Electricidad, fueron convocados por su sindicato por una noticia falsa, de acuerdo con la nota del 12 de julio del 2019 del periodista Gerardo Ruiz del medio de comunicación digital Crhoy.com, informó que dos grupos gremiales de la institución, comunicaron a los trabajadores que el “gobierno pretendía dismantelar la CNFL y desvincular centro neurálgico de electricidad del ICE”.

Por otra parte, aquellos periodistas de la nueva generación, ya tienen conciencia del alcance social que poseen en su haber, con plataformas que la evolución digital asimiló y permitió acceder hasta lo que conocemos hoy en día. Asimismo, hoy la sociedad es mucho más rápida y la información se comienza a quedar pequeña para tantos medios de comunicación digitales, aficionados y profesionales.

El mundo como se muestra actualmente, otorga el control de la comunicación en los dispositivos móviles a cualquier sujeto que pueda adquirir uno. Principalmente, el periodismo costarricense, ha visto como este ejercicio ha menoscabado la función del profesional en comunicación. Por esta razón, es tarea de esta investigación, definir la comunicación digital y el periodismo digital, además de adjudicar así términos más concretos y qué riesgos corre el periodismo en Costa Rica de no ser tomado en cuenta los estudios en el área de esta materia, profesionalmente hablando.

Asimismo, Yilian Duan (2014), considera que la era digital se convirtió en una revolución del periodismo, “el cambio subversivo producido por Internet también está incidiendo en la estructura de la comunicación. Después de mucho tiempo, la gente se ha acostumbrado a dos modelos fundamentales de comunicación: la comunicación interpersonal y la comunicación de masas” (p. 13).

El apartado internet ha marcado una profesión que obliga a los profesionales de la comunicación a mejorar continuamente, debido a que con la facilidad al acceso de la información, ya que existe una herramienta de la era digital que debe consolidarse en un apartado distinto, para poder definir su utilización, manipulación y/o beneficios.

### **Redes sociales en la desinformación digital (Facebook)**

A finales de 2012, en Costa Rica, nació el medio de comunicación llamado Crhoy.com, que a la fecha, cuenta con más de un millón de seguidores en una de las principales plataformas abiertas al público, Facebook. Se puede aducir que despertó como tal la era digital en el periodismo costarricense. El enunciado, enmarca la posible salida de un periodismo totalmente físico, televisivo y radiofónico; sin embargo, la apertura pública hacia la actualidad, debe considerar que existe una verdadera brecha que separa la comunicación del periodismo.

Si vinculamos a lo que se conoce hoy como los fan pages, referenciando el éxito en diferentes virtudes que poseen estos canales de información, según los investigadores

Alvarado, Ali, Burgos y Magaly (2017), las páginas de Facebook obtienen popularidad por ser “una herramienta importante que permite la opción de participar, aportar y establecer comunicación con los usuarios de forma rápida, directa y eficaz” (p.18). El panorama parece ser inofensivo; sin embargo, la facilidad que conlleva poder “disfrazar” un medio de comunicación de fan page.

El estimable lector deberá preguntarse: ¿Por qué se aduce esta afirmación de disfraz? En cuestión, la respuesta es simple. Según la ley costarricense, un medio de comunicación digital solo se reconoce como una marca registral en telecomunicaciones, clase internacional número 38 del registro de propiedad. Esto qué significa, que los fan pages jurídicamente no existen.

Asimismo, lo anterior conlleva serias incertidumbres complementarias que justifican un camino propenso para que la información divulgada en estos medios, tenga un alto rango de “inocencia”, apuntada hacia la imagen pública en pro de un tema juicioso o que provoque descontento con la ciudadanía. Pero, esta vez, el análisis tendrá un pequeño detalle a diferencia de lo mencionado en los distintos párrafos. La desigualdad se debe a la apertura de Facebook al público, en el cual una persona podría abrir una página para atentar en contra de cualquier persona que no tenga sus mismos ideales u otras debilidades humanas que existan para un “ataque”.

No obstante, existe una incidencia pronunciada en la superficialidad de aquellas personas que siguen y consumen el tipo de contenido; en este caso, como se menciona a lo largo de este segundo capítulo, la intención forma parte de un aparente “reglamento inconsciente”, que al fin, empodera el conocimiento del comunicador. Es decir, sabe que sus acciones mayoritariamente quedan de alguna manera impunes o no tengan repercusiones graves. Si estos sujetos contemplan distintos ideales, existe un grupo que no sustentan una buena imagen personal al seguir estas páginas. Por ejemplo, para Javier Barrio (2017), “lo verdaderamente importante es la disposición del consumidor a arriesgar su reputación en la red para recomendar una marca” (p. 160).

Apuntando a un tema más grande, la innovación de la tecnología permitió una nueva modalidad de comercio en el sentido completo de la palabra, por supuesto la carrera en comunicación fue una de las principales profesiones que tuvieron un cambio muy significativo en el día a día. Los fan pages y su auge, destaca en los últimos años por un incremento en la movilidad de personas; por esta razón, este documento incorpora en el siguiente ítem la apertura de nuevas definiciones para un nuevo estilo de comercio y periodismo.

### **Fan pages (Facebook)**

Antes de profundizar en el término en sí sobre fan pages, se debe tomar en cuenta cómo los expertos definen la raíz del concepto, en este caso, la definición sobre la plataforma llamada Facebook. Según Marquina (2013) citada por Heredia y Regalado (2017), lo define “como una red social con mayor número de usuarios y que ofrece los servicios de lista de amigos, grupo, páginas, muro, fotos, regalos, botón de me gusta y aplicaciones” (p.26). Pero, para complementar aún más la definición, Zarella (2011) citado por Heredia y Regalado (2017), también opinan sobre las funciones de estos medios:

Facebook es un canal altamente competitivo y que se mueve muy rápido. Cada publicación de contenido que se escriba tiene que ser rápidamente digerible y fácilmente reconocible en cualquier proveedor de noticias. Facebook ofrece varias herramientas y plataformas para llegar a los usuarios (p. 26).

Por lo tanto, combinando las definiciones que se sustentan en años anteriores en el contexto actual-nacional, Facebook es un nuevo canal de información en el ámbito del periodismo, en la evolución de marketing y estrategias comerciales, así como una nueva forma de mercado. No obstante, esta conclusión solo se sustenta en las herramientas que utilizan los medios digitales a través de sus fan pages, en este caso, omite las demás funciones de la plataforma sin infundir que no tengan una existencia dentro de la aplicación.

Una vez comprendido el primer sujeto, se establece el análisis de los fan pages, que para Marquina (2013) citados por Heredia y Regalado (2017), considera lo siguiente al respecto:

Los fan pages son para seguir a marcas y organizaciones; son utilizadas por entidades como un nexo de unión con los usuarios. Esas páginas son un espacio de difusión de los servicios y productos, donde a su vez los usuarios pueden hacer sus comunicaciones de forma directa y rápida con la organización (p.27).

Las entidades que utilizan esta herramienta, en su mayoría según lo enunciado, forman parte de un acercamiento de persona jurídica a persona física. Sin embargo, ¿Cómo comprender el comportamiento de aquellas que no son personas jurídicas, en un entorno distinto como el periodismo? Es una situación difícil, porque esta incidencia está afectando de manera directa a los profesionales en el área de comunicación. Debemos asimilar dos tipos de diversificaciones de fan pages, por funcionamiento profesional y difusión intencionada para entender mejor el fenómeno.

### **Funcionamiento profesional e intencionalidad**

En estos casos, la definición corre en el análisis según lo expuesto por el investigador mencionado, se interpreta que por funcionamiento, aduce a un manejo profesional, en las cuales los entes jurídicos buscan masificar su producto hasta llevar o mostrar a su público, un contenido profesional, en el cual pueda generar interacción para poder comercializar sus sitios web, canales ingreso que se une a una posible monetización por los distintos medios de ventas, entre otras herramientas de Google, pautas y patrocinios publicitarios.

Por otra parte, el término difusión intencionada, se entenderá como todo lo contrario al tipo por funcionamiento; es decir, una intención por parte de un sujeto que busca un auge en entendimiento o una afectación, un efecto a su favor en pro de la difusión de la información. De tal manera, que esta situación o nueva modalidad, esté generando

incidencia en las protestas sociales ocurridas en el lapso de agosto de 2018 a agosto de 2019. Asimismo, la difusión intencionada, se presenta por lo general ante decisiones o ante personas pertenecientes a instituciones gubernamentales.

Aliado a esto, existe una situación compleja en las redes que se dedican a la difusión intencionada, dentro de las cuales implican la poca medición del impacto social que estas noticias ficticias existen; o en su defecto, no es una información precisa. Asimismo, la tarea del que infunde la información es trascendental, según Marquina (2013) citada por Heredia y Regalado (2017) los community managers se encargan de generar, “contenidos de calidad para compartir con la comunidad. Hay que demostrar que es experto en lo que se expone, pero cuidando de no ser pedantes” (p. 29). Paralelamente con lo expresado en la cita mencionada, en términos de profundidad, estos pueden generar cierta confiabilidad con un grupo determinado.

En sí, una nueva modalidad exige nuevas investigaciones, en pro del crecimiento como sociedad para comprender mejor el fenómeno; debe tomarse en cuenta que estos nuevos estilos procuran siempre intereses de por medio, buenos o malos; no obstante, la verdadera difusión de la información no mide el impacto en las personas que consumen el producto. Por tanto, es necesario comprender ¿cómo y qué contenido utilizan?

### **Contenido e información de los medios de comunicación de fan pages**

El producto como tal de los canales de comunicación de nueva generación, es la principal razón del consumo de masas en las redes sociales. Asimismo, el planteamiento del problema del presente documento gira en torno a este ítem, la influencia en el malestar ciudadano en torno a la gestión gubernamental Alvarado Quesada 2018-2022, al año 2020. Nombres de páginas con un claro afirmativo en sentido de oposición; por ejemplo, fan pages con nombres como: usted no es mi presidente, Indignados CR, Televisión y Radio RN, entre otros... No obstante, también existe la manipulación de información, donde grupos con distintos poderes y beneficios, impiden o manejan lo que la ciudadanía no debe enterarse.

Las noticias falsas en los fan pages, a través del contenido, es una de las evidencias más importantes de este fenómeno, que en el lapso enunciado en el párrafo anterior, la disconformidad con la implementación de un plan fiscal pudo masificar la información falsa o incompleta sobre el tema, pero, este fenómeno debe comprenderse en dos tratos puntuales, versiones comprobadas y especuladas; asimismo, los términos sobre el contenido empleado por estas páginas de la plataforma Facebook.

### **Versiones comprobadas**

Ante hechos impactantes en el país, existieron hechos que verdaderamente ocurrieron y poco tiempo después fueron desvelados por medios de comunicación oficiales. Se convierte en el norte para definir este tipo de verdades. De acuerdo con Capilla (2014), la realidad del periodismo no compete a una realidad acertada, sino, más bien a una subjetiva, que es comunicada sobre aquello que fue concebido en circunstancias del lineamiento de la vida (p.30). Además, aduce lo siguiente:

Ése es también el punto de partida de cualquier teoría del conocimiento: dilucidar si existe algo a lo que se pueda llamar “realidad”, ya que lo que se quiere conocer es precisamente esa “realidad”. Pese a que, en nuestro quehacer cotidiano, damos por sentada su existencia como una evidencia que se nos impone, debemos aplicar a esa sensación de evidencia una crítica gnoseológica, es decir, intentaremos establecer si podemos conocer la existencia de la realidad (p.30).

Por lo tanto, esta razón puede encajar perfectamente con los “síntomas” que presenta el fenómeno en el presente documento. Ya que la realidad aún debe comprobarse sobre un hecho. Por esta razón, las versiones comprobadas son hechos contundentes que deben de ser profundamente estudiadas y comprendidas, por una fuente no fidedigna o con trayectoria reconocida, dentro del periodismo nacional. Asimismo, esto no implica en que una persona medio responsable, dirigido por profesionales en el área con ética, no pueda informar sobre situaciones de algún suceso.

No obstante, las versiones comprobadas deben ser aplicadas por los seguidores de los fan pages, que su crecimiento, se puede señalar principalmente al desconocimiento y la falta de lectura e investigación, cuando de temas políticos se trata. Según Capilla (2014), “pese a que a efectos analíticos separamos el estudio del proceso gnoseológico (realidad, percepción, verdad y tiempo), asumimos que todas ellas se encuentran íntimamente relacionadas: la delimitación de la realidad no se puede entender sin la noción de “verdad” (p. 31).

En palabras más simples, es posible que en la ciudadanía costarricense, no separe emociones y producen una auto privatización de la realidad verdadera y solo busquen lo que quieren oír. Sin embargo, en la diferencia de criterios siempre ganará en el debate quien tenga más conocimiento del tema. No obstante, existen quienes asumen una verdad “contundente” que incide en aquellos que no procuran profundizar en el hecho o la información presentada, que al final, estos públicos son quienes mayoritariamente se ven perjudicados.

Lo mencionado, enlaza al siguiente ítem que asume lo contrario a las verdades especuladas, que son una de las principales verdades que están permitiendo a los fan-pages y medios de comunicación aficionados o personas con intereses personales, evocando en un crecimiento significativo y en parte afectando directamente a las instituciones tradicionales del periodismo nacional.

Desde el auge de los medios de comunicación digitales en la plataforma Facebook a principios de la década 2010, las noticias falsas han tomado una posición llamativa dentro de la plataforma, de tal manera que existió un humor blanco dentro de estas noticias “fakes” con muertes de personas reconocidas mundialmente. Pero, la actualidad es diferente, ahora no son temas de interés diversificado, sino, “verdades especuladas” que se colocan en estrategias o intereses de un grupo o persona. En este caso, el fenómeno presenta ataques contra entes gubernamentales, ahora, ¿por qué se alude al término especuladas?

De acuerdo con Cantilla (2014), existen verdades que contemplan pequeños fragmentos que finalizan en dos realidades, las necesarias y las provisionales:

De la dicotomía entre realidad y apariencia también surgirá la idea de que lo vinculado a lo general, a la realidad profunda de las cosas, pertenece a la categoría de lo necesario, lo que es, y por ello será el objeto de estudio prioritario de la ontología. Por el contrario, lo vinculado con lo particular, se corresponde con lo contingente, lo que de igual modo que es, podría no ser, y se relaciona con las experiencias proporcionadas por los sentidos (p. 34).

De acuerdo con lo enunciado en el párrafo anterior, el sentido de versiones especuladas, podemos entender que pueden definirse como alusiones a temas contextualizados bajo una verdad necesaria que no será profundizada, tras una situación de interés público. Por lo tanto, el conocimiento impartido por quien otorgue esta verdad necesaria, será más con solo parte de una verdad incierta, y que no podrá ser una verdad concreta. Por ende, en los fan pages, estas informaciones vienen tomando auge en temas políticos. Asimismo, de acuerdo con Cantilla (2014), la presencia del pensamiento distinto en la condición del ser humano corresponde con la siguiente versión:

Realidad se opone a subjetividad: la realidad “es esencialmente un concepto de lo que nos limita, de lo que no podemos cambiar o controlar mediante un mecanismo de nuestra voluntad”. Así, los hechos capturados de la realidad son independientes de la mente, tienen existencia ontológica al margen de la voluntad (p. 62).

Por lo tanto, es por la forma de ser de cada individuo que tenga la capacidad de asimilar la información y verificar su procedencia; sin embargo, hasta que las personas no lo asuman, no es posible el crecimiento de estos canales de información en presunción a temas de interés público. Asimismo, el contenido ofrecido en estas páginas, asemejan a un medio de comunicación oficial; sin embargo, como se menciona en párrafos anteriores, son escudados en nombres de medios de comunicación que parcializan ciertos intereses.

Con el fin de entender mejor el tema, se explicará el siguiente concepto: las estrategias de viralización que utilizan estas personas para masificar su contenido.

## **Públicos digitales**

El objetivo de los fan pages, corresponde indudablemente a ciertos sectores de la muchedumbre; por tanto, las características de las personas que posiblemente sostengan una credibilidad en este tipo de informaciones, tendría incidencia y retroalimentaría a personas que no concibieron la consecución de sus estudios o simplemente no analizan con versatilidad y objetividad el contenido que está consumiendo. Ahora, es imprescindible comprender que el funcionamiento de las nuevas tecnologías, no repercute en un sistema distinto de línea de tiempo; así lo explica Duan Yilin (2014):

El contexto digital, la relación tradicional del modelo emisor-mensaje-receptor está cambiando: por un lado, Internet ha roto el monopolio de recursos y acceso a los medios tradicionales y posibilita la participación de los usuarios en todo el proceso de la comunicación. Por otro lado, la difusión de las nuevas tecnologías ofrece las herramientas necesarias para que la audiencia participe en el proceso de comunicación e incluso que sea la audiencia misma quien origine la comunicación misma (p. 16).

Esto ha dado apertura a una separación de públicos que constan de los originarios de profundidad, y los selectivos, que estipulan quienes verdaderamente aluden a informaciones emitidas por los fan pages, en los territorios nacionales. Los públicos de profundidad son aquellas personas que buscan una verdad real, teniendo conocimiento sobre el tema. No obstante, el público selectivo, constituye una de las caras en las que el periodismo costarricense ha tenido decadencia, la falta de credibilidad.

Diversas situaciones han puesto en tela de duda el profesionalismo de los medios de comunicación tradicionales. Para Yilin (2014), los negocios directos con el periodista, han intervenido seriamente en la calidad de las informaciones emitidas por estos (p.17). El ámbito no es el mejor para la órbita de los profesionales de la comunicación en el país, la información incongruente y parcializada, son algunas quejas que los ciudadanos de Costa

Rica han reclamado a los grandes medios de comunicación, notas y propagandas pagadas; en relación con Yilin (2014), considera lo siguiente al respecto:

Cuanta más la influencia de los anunciantes, los editores cuentan con menos control del contenido, así que lo que rige no es el profesionalismo o el interés del lector sino el interés empresarial. Ya no existe la libertad de expresión de los periodistas sino la libertad de expresión de las empresas (p.17).

El público selectivo, es un grupo emergente que busca escuchar lo que desea escuchar; es decir, desarrolla cierta afinidad por aquellos fan pages que generan dicho contenido, y no busca una versión comprobada sobre los hechos. Por lo tanto, se vuelve un punto de una “credibilidad” ficticia para la página de Facebook. El problema de estos grupos, es que su información no es del todo acertada o simplemente es imposible de comprobar. Pero, ¿qué tanto acceso a la información tienen hoy en día la ciudadanía costarricense? El próximo concepto desarrollará esta necesidad fundamental de la era moderna.

### **Acceso a la información Digital (Necesidad de la era moderna)**

El acceso a la información en la era digital, se convirtió en una constante diaria en la vida de millones de personas; en este caso, es ahora una necesidad de la era moderna, el conocer las informaciones diarias, sucesos o hechos prominentes que salen de los distintos medios de comunicación. Asimismo, la tecnología permite ingresar desde un teléfono celular inteligente, que tenga acceso a internet y de esto a una red social para efectos de esta investigación Facebook.

De acuerdo con Miranda (2016), “entre los instrumentos que han contribuido a la evolución de nuestra sociedad, el internet ha sido uno de los principales: ha revolucionado la modalidad de comunicación y ha influenciado la economía, la política y el derecho” (p. 9). Por esta razón, la complejidad del tema, esclarece en un sentido adverso, el uso del internet desde hace un par de décadas atrás, más no así, la información a través de redes

sociales, que fomentan accesos a nuevas formas de comunicación, y a acceso a informaciones de cualquier tipo que los sujetos introduzcan en sus perfiles personales.

La necesidad de la sociedad por consumir contenido de internet, se convirtió en el cada de día de muchos hogares. Esta nueva costumbre hace que el periodismo se torne como un trabajo que pueda realizar cualquier sujeto que utilice un medio social de información, más este tenga trascendencia con sus publicaciones, obviamente sin ningún tipo de profesionalismo. La manera más común es mediante las noticias falsas, uno de los temas de este documento, por lo cual, a falta de campañas que sean preventivas en contra de compartir información de dudosa procedencia; es decir, la sociedad en su profunda intelectualidad, desconoce por completo los riesgos de la desinformación.

Tras las situaciones vividas en el 2018 y 2019, la teoría toma mayor fuerza con respecto a lo enunciado, debido a que la circulación de la información logró tener mayores éxitos, siendo falsas y después desmeritadas por el Gobierno u otro medio de comunicación; pero, la confianza de la población en estas entidades, disminuyó considerablemente, tanto así que, las imágenes, notas y videos falsos, se virilizan en todo el país.

### **Ausencia de fuentes de información**

Para contextualizar, durante 2019, cuando la ola de migrantes llegaron al país, fue ahí cuando una imagen que petrificó a la sociedad, debido a que mostraba a unos nicaragüenses quemando la bandera de Costa Rica, hecho que desembocó en enojo y xenofobia en contra de los visitantes del país nicaragüense. Sin embargo, el departamento de La Nación, #NoComaCuento, que desmiente noticias falsas, publicó un artículo el 18 de agosto del mismo año, donde explicaba lo sucedido: “La imagen empleada pertenece, realmente, a un concierto de punk, realizado en Sabanilla de Montes de Oca, hace más de dos años (2016). Los implicados en la quema no eran nicaragüenses” (párr. 1).

La foto, fue filtrada por un usuario de Facebook y utilizada por diversos medios de oposición. Lo preocupante, es que las publicaciones de este estilo, estimulan a la población a justificar enfados y aseveraciones en contra de las personas o instituciones públicas que se encuentran en mandos de gobernación; sin embargo, es aún más preocupante, que las personas ya no confíen en los medios tradicionales, por lo tanto, existe una encrucijada en la cual quien sale perdiendo es la misma sociedad.

Las fuentes que no son oficiales, son confundidas por los administradores de los fan page, teniendo el problema de repetir constantemente “el me dijeron”, por lo tanto el entorno sustancial y superficial, está presente en estos canales de información. Según Pérez Ávila (2014) citado por Rodríguez (2016) de la Universidad de Sevilla, “disponer de estos contactos es un trabajo de años. Proceden de sindicatos policiales, de antiguos grupos de homicidios, tribunales, abogados e incluso de taxistas” (p. 208).

Asimismo, la denigración de los hechos mediante noticias y contenidos, es pie y sujeto del acceso a la información, siendo consecuente como la principal razón de la desconfianza y desinformación actual que se percibe en el país, debido a que son las mismas personas quienes no se cultivan en pro de erradicar la problemática. En concordancia con la necesidad de la era moderna, se estima el conocimiento como una herramienta actualmente escasa. El siguiente concepto desarrollará dicho ítem, según la actualidad de la sociedad costarricense.

### **Cultura digital de la desinformación**

La cultura es una de las características que se convierten en costumbres que poseen las personas de un país, región, lugar o familia, no obstante, existen tipos de costumbres que no siempre benefician a la felicidad o aportan algo de utilidad a los sujetos, más bien, intervienen en la secuencia del tiempo de la vida cotidiana y ofrece una realidad alterna donde la persona vive separado de una realidad, no por impedimento impuesto, sino, por complicaciones sujetas al individuo y a su forma de ser. La desinformación comprende en la cultura un número grande de personas, pero, ¿por qué se le llama cultura digital?

De acuerdo con el investigador Luis Romero (2011), los ciudadanos “partimos desde el principio que el ser humano necesita explicaciones para entender su propia realidad y lo que sucede en su entorno mediato e inmediato, aunque dicha realidad sea controlada porque quizás el hombre no pueda hacer frente a muchas dosis de realidad” (p. 5). Por lo consiguiente, no todos los individuos podrán conocer la verdad de lo que es humanamente posible saber; mas sí pueden estudiar, leer y comprender diversas situaciones en las cuales, en este caso, sean de interés público.

En el tema de la cultura digital, no se hace referencia a aquella práctica de ingresar a revisar las redes sociales, sino, que se califica de aquella situación periodística o en fan pages, en que las personas visualizan solo una sección de los artículos; mas no lo hacen completamente. A esta práctica, se le une la incredibilidad de las personas ante una versión especulada, que se convierte en realidad para las personas, mas no así una realidad verdadera. Romero (2011), considera que corresponde a una manipulación de poderes políticos para aumentar la desinformación y generar un entrevero de impacto en el área social, además, generar aún más especulaciones en el área de la opinión pública (p. 6). No obstante, ¿qué están realizando las personas para contrarrestar esta situación?

Los análisis expuestos por Romero, generan una nueva persuasión que podría estar generando la fácil manipulación de la información y, por ende de la ciudadanía, en algunos sectores, y es, como se menciona en el desarrollo del concepto, el nacimiento de la mala cultura digital de la desinformación, que absorbe dentro de sus instancias, el poco desarrollo del conocimiento adquirido por las personas en su formación, y costumbres formando parte de la sociedad. La cultivación de cada ser humano es imprescindible, más en donde otros semejantes caen en la tentación de intereses propios, a costa de los demás.

No obstante, la afectación dentro del área de la comunicación, es comprendida realmente a una mala imagen del medio; los periodistas deben tener cuidado a la hora de realizar un título o una entrada, debido a que la realidad presenta a una sociedad costarricense amarrada a la mala práctica de leer lo que conviene. Asimismo, esto conlleva

a enlazar un punto más profesional y delicado, dentro de las arcas de la comunicación, que es el manejo de la información, tanto aficionado como profesionalmente y las secuelas o impacto que puede generar en los ciudadanos de Costa Rica.

### **Manipulación de la información**

La constante dentro del periodismo, el desarrollo profesional en su énfasis principal, por la cual se adjudica el término profesionales de la comunicación, hoy día, es solo historia. La actualidad de la carrera en el país, presenta un incremento de la desconfianza de las personas, con respecto a los medios de comunicación, y a la veracidad de las informaciones. Principalmente, hay poca confianza con las protestas sociales, según Yilin (2014):

Se agrava la situación del periodismo como oficio. Para ahorrarse su coste, las empresas reducen la calidad del producto informativo y, lo que es peor, la diversidad de ideas y opiniones. A causa del poder dominante de las grandes empresas en el control de los contenidos de información, los conglomerados seleccionan qué información publicar y cuál no. Poco a poco e inevitablemente, la comunicación pasará a ser un instrumento de la expansión empresarial (p.17).

La mención se justifica con la carencia de credibilidad, por la incidencia en la cobertura de contenidos no trascendentales, los cuales en conjunto con el acceso a la información facilitada, introduce a aquellas personas a conocer o filtrar información sobre hechos de interés público, que de por medio a una emergente turba de ciudadanos enfurecidos. Pero, también da pie para que las versiones se especulen y tome diversos rumbos que no son comprobados, aunque estas tampoco podrían ser versiones reales.

En un entorno donde el periodismo es la principal manera de comunicación entre Gobierno-población, las interrogantes surgen debido a diversos escándalos de corrupción donde las grandes empresas de información se han visto involucradas, han sido pie para el auge del manejo de la información en fan pages, ya que un medio tradicional al no tener credibilidad, hace que la página de Facebook no tenga un claro refutador del hecho falso;

sin embargo, tampoco hace hincapié en solventar la desinformación de aquellos que no ilustran sus caminos estudiando los casos.

No obstante, un caso excéntrico de manipulación, ocurrió en 2019, cuando en la huelga de los estudiantes, cuando se acusó a Albino Vargas, secretario General de la ANEP, de manipular con desinformación a los estudiantes para organizar las manifestaciones en contra de la incursión de las pruebas F.A.R.O. Un video circuló en redes sociales, donde se vio a Vargas dando instrucciones directas para que el entonces ministro de educación Edgar Mora, fuera destituido de su cargo.

Tras los hechos presentados, el Gobierno pidió explicaciones tal y como se refiere el diario La República del 31 de julio del mismo año, donde además se le solicitaba explicar la relación de pago con estudiantes y otras situaciones: “le pide aclarar sobre un audio de un supuesto estudiante, en donde él reconoce que recibe una mensualidad que cobra al sindicato, por promover el cierre de colegios y bloqueos” (párr.1).

Hoy existe un sindicato estudiantil, cuya guerra anterior no llegaron a ningún acuerdo, por lo consiguiente, los ánimos con las negociaciones con los dirigentes gubernamentales, solo fueron percibidas por la sociedad como una forma de violentar los derechos de libertad de expresión de los estudiantes, fragmentando a los costarricenses en dos bandos claros, los informados y los desinformados. Las acciones repercutieron en los estudiantes desde que los profesores regresaron a las calles, posiblemente existió una comunicación educador-alumno, que produjo en una huelga sin sentido y sin rumbo.

Entonces se puede aducir que las huelgas presentadas con desinformación, son los principales puntos de ebullición para convocar, instar, tratar, permanecer, manifestarse y defender derechos que nunca han sido violentados. Ahora, existió un detonante grande de la situación el cual permitió el auge de los sindicatos y por consiguiente, el de los fan pages, en contra de la política.

Asimismo, en Costa Rica, de agosto de 2018 a agosto de 2019, sufrió múltiples protestas de los trabajadores del sector público, por la ley de Fortalecimiento de las

Finanzas Públicas, conocido como el Plan Fiscal. Desató la furia de los sindicatos de ordenamiento público en varias manifestaciones consecutivas superiores a las dos semanas; no obstante, el siguiente ítem corresponderá a las informaciones en los fan pages de los opositores y el ejercicio del derecho a la huelga.

### **Sindicatos y su información en redes sociales (Guerra de información)**

Los fan pages no solo son personas que se escudan tras un nombre un logo y unas publicaciones, sino, que también nace en páginas oficiales de los sindicatos. Son los movimientos que representan a los empleados del sector público y utilizan las páginas de Facebook como uno de los canales de información no solo para comunicarse con sus miembros, sino, como vía rápida para llegar a la sociedad costarricense que utilice esta red social. Sin embargo, es recurrente la información de dudosa procedencia, donde aquellos profesionales utilizan su poder de convencimiento para colocar a personas del lado sindicalista, mediante estos canales de información.

De acuerdo con Manuel del Fresno (2018), en un artículo de opinión escrito para el diario El País de España, comenta lo siguiente:

A diferencia de la verdad racional y factual que solo tiene una versión, la mentira y las medias verdades pueden presentarse en múltiples formas. Incluso, hoy, cuando la tecnología permite un acceso instantáneo a fuentes y datos de forma profesional nunca ha sido tan fácil y rápido detectar, contrastar y comprobar la mentira y la desinformación política (párr. 1).

Lo que motiva estas acciones es a interrogar o cuestionarse siempre algún criterio, orden o movimiento jurídico de interés público, la discordia viene cuando las decisiones no gustan a ciertos sectores; es ahí donde las presunciones aumentan y ostentan un nivel complejo de crecimiento, sobre la especulación sin fundamento. Pero, ¿qué trascendencia tienen las publicaciones de los fan pages de los sindicatos en la sociedad? Se puede definir como la principal herramienta de distorsión parcial en la turbia opositora.

De hecho, el Partido Acción Ciudadana, en 2018, mediante un comunicado de prensa, rechazó rotundamente una convocatoria a huelga hecha por los sindicatos, por carecer de fundamentos coherentes: “este movimiento liderado por el sindicalista Albino Vargas no involucra a todo el sector público debido a que una enorme cantidad de personas empleadas públicas están en sus puestos de trabajo y cumpliendo con sus labores” (párr. 3).

Se encuentra entonces una justificación tentativa de involucrar técnicamente en su discurso el término “Pueblo”, sin embargo, es comprobable que solo se involucra los sectores públicos que de una a otra manera se verían “afectados”, en ciertas acciones y problemáticas sociales; pero, realmente no representa a toda la sociedad. De hecho, durante una de las manifestaciones, el Gobierno procedió a negociar con los sindicatos después de otras reuniones fallidas; sin embargo, tras la convocatoria a reunión, los representantes de los movimientos no se hicieron presentes y una de las justificantes para mantener el movimiento era precisamente que las entidades gubernamentales no hacían apertura al diálogo.

Según la nota publicada por el diario digital EIPaís.cr, en 2018 la reunión tenía temáticas con referencia al combo fiscal:

El Ministro de Educación Pública (MEP), Edgar Mora, esperaba recibir el lunes en su despacho a varios sindicalistas para dar seguimiento a la huelga y sus consecuencias, sin embargo ningún representante se apersonó a la reunión. La cita estaba programada para la 1:00 pm y según el Ministro, era importante abordar algunos aspectos referentes a la huelga y al plan fiscal (párr. 1).

Por tanto, la desinformación en las redes sociales, se puede comprender como una estrategia de manipulación de un sector, con respecto a la sociedad, en temas de interés público; por lo tanto, el manejo de las publicaciones y su forma de publicarse para tener una reacción negativa dentro de la población. No obstante, el siguiente concepto explicará y contextualizará la situación vivida tras el alza de los sindicatos.

### **Influencia de la desinformación en las huelgas**

Dos fuertes manifestaciones sacudieron al país en los años 2018 y 2019, la huelga de la última década y los sindicatos se convirtieron en los referentes del movimiento; uno de los motivos fue la inclusión del plan fiscal en la corriente legislativa y posteriormente su aprobación. Durante este lapso hubo una cantidad importante de especulaciones sobre las consecuencias de la Ley, a quiénes afectarían, si era o no progresiva y si ayudaría en el crecimiento del país. Pues bien, el auge y el crecimiento de la información falsa, personas desinformadas y múltiples versiones de distintos extractos de lo planteado en el entonces proyecto de ley, dio inicio a una guerra de interés a costa de la desinformación.

En síntesis, los sindicatos no permitirán el rebajo de los salarios, según lo establecido por el proyecto; pero, en su lucha además agregaron el factor de la sociedad que se encuentra en pobreza; sin embargo, fue ahí donde se comenzó a filtrar información poco clara sobre el plan fiscal. Rebajos de los salarios, noticias falsas a empresas vinculadas con propagandas de cadena nacional, impuestos a los exportadores y principalmente, cobro de denuncias a los profesores pertenecientes a colegios fue parte de la tergiversación de los hechos.

Para Frederick de Backer (2019), las redes sociales son principalmente el desarrollo que permite a los creadores de fakenews: “internet y las redes sociales han creado un entorno tecnológico que ha facilitado el desarrollo de fake news como un fenómeno sin paragón, tanto en proporción como en velocidad de impacto” (p. 38). La velocidad de distribución de cualquier información de un sindicato en torno a oposición, se divulga por aquellas personas que defienden dichos ideales, no todas las informaciones toman trascendencia como las de esta temática.

De esta situación, se podría diferir en torno a la desinformación mediante los fan pages, dar pie a la definición de dos nuevos sectores desinformativos, como las redes de

desinformación y las fuentes distorsionadas. Ambos términos son un reflejo de necesidad de conocer una profundidad más acertada del fenómeno.

### **Redes de desinformación**

Los fan pages se convirtieron en las principales redes de desinformación de Costa Rica; muchas de ellas han sido seguidas por miles de personas, como se explica a lo largo del documento; las personas que consumen este tipo de contenido poseen un fin en común, en el caso de las que se crearon en la sociedad costarricense, son para desmeritar funcionamientos del Gobierno o por defecto, páginas de entes como los ya mencionados, sindicatos quienes forman parte fundamental del ejercicio democrático de la huelga.

De acuerdo con la Universidad de Costa Rica (2015), “el peligro de contagio de creencias conspirativas en las redes sociales, puede darse desde el momento en que se creen como ciertas o verdaderas aseveraciones no comprobadas totalmente” (p.7). Las redes de desinformación constarán de una idea en común, sin admisión a interrogantes; es decir, su contenido es perfectamente verídico para los seguidores, aunque así no lo sean. No importa si se trata de fuentes oficiales, la información nunca será descartada del todo por los ideales de los sujetos.

Pero, para complementar los dos conceptos que dicho sea de paso van relacionados, se debe adjudicar y definir la procedencia de la información que se expone en los fan pages; no se basa en su mayoría en fuentes oficiales que le den un valor certificado a lo presentado; sin embargo, cabe una gran posibilidad de que estas fuentes no existan: “los pensamientos contestatarios hacia las problemáticas sociales, que aquejan todos los días a la sociedad, tienen un alto nivel de influencia, entre los que encuentran en ellos una manera de desahogarse y exponer su parecer y hasta sus propias soluciones” (UCR 2015 p. 2).

Asimismo, la desinformación a través de los fan pages, ubica canales de información establecidas en el mercado nacional de la comunicación; sin embargo, la profundidad del fenómeno requiere un análisis de las situaciones enmarcadas en el ejercicio

de la recaudación de datos, así como llegar a las personas responsables de llevar a cabo el ejercicio en los fan pages, ya sea creador de fake news o de tergiversación de la información, creando los algoritmos principales y fundamentales que conforman la desinformación.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

El capítulo III expone la metodología que utilizará el documento para llevar a cabo la recolección de datos y el desarrollo completo de la investigación. Por lo tanto, se presentarán las descripciones de los elementos seleccionados por el investigador para desarrollar exitosamente el fenómeno, que son parte fundamental del capítulo siguiente a este.

#### **Enfoque de la Investigación**

El desarrollo de la investigación, comprenderá diversas herramientas y teorías que desembocará en un enfoque de los tres existentes: cualitativo, cuantitativo y mixto. Asimismo, este será seleccionado de acuerdo con la profundidad y combinación de resultados que se desea obtener en la comprensión y análisis de la información; además, el aporte que esta investigación arroje a la sociedad.

Uno de los elementos principales que sirve para el desarrollo de las investigaciones, es el enfoque que acota y marca el camino en el que se debe dirigir el proceso de principio a fin. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación” (p.2). No obstante, el desarrollo empleado, según lo mencionado anteriormente en la presente investigación, será el enfoque cualitativo debido a las demandas empleadas en los objetivos para el acertado desarrollo de estos.

En el libro de Metodología de Investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2014), lo define como “un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (p. 9). Dicho enfoque es empleado debido al análisis de la teoría expuesta por otros investigadores sobre la desinformación, con el fin de obtener una comprensión acertada del fenómeno, con miras a un segundo

proceso que se llevará a cabo con base en la experiencia del público expuesto en la investigación.

### **Método de la Investigación**

La presente investigación comprenderá elementos de los enfoques cualitativos y cuantitativos para asegurar una mejor profundidad del tema a desarrollar. Además, el proceso del sostén que comprende el desenvolvimiento de los análisis que se realizarán en este documento, debe de incluir, también, un diseño del enfoque, el cual será de teoría fundamentada ya que no se posee teoría que sea exactamente del tema que se está tratando, debido a su actualidad. Para efectos de la presente investigación también serán empleados los diseños fenomenológico y narrativo, con el fin de sustentar el documento de acuerdo con los sujetos seleccionados que desvelen un material concreto sobre la situación de Costa Rica, en el periodo de agosto 2018 a agosto 2019.

Además, Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cualitativo, también se basa en teoría, sin embargo, principalmente se empeña en la recolección de datos imprescindibles para la investigación que permite generar nueva teoría (p.7). La definición de los ítems mostrados correspondientes a los diseños mencionados en el párrafo anterior, de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista, el ítem fenomenológico, se utilizará cuando en el problema las perspectivas de las personas pueden ayudar a asimilar mejor la explicación del fenómeno de estudio. Sobre el estilo narrativo, se comprende su inclusión “Cuando las historias detalladas ayudan a comprender el problema” (p. 471).

Según lo explicado en este documento con respecto al marco metodológico, en resumen destacando la importancia de los pasos mencionados para llegar a la meta establecida, el siguiente apartado mostrará de qué manera se pretende alcanzar el desarrollo de las etapas ya mencionadas. Por lo consiguiente, a continuación se presentará las fuentes de información que utilizará este trabajo para el desarrollo del documento.

## **Fuentes de Información**

La presente investigación se sustentará en diversas fuentes de información que permitan orientar la investigación en el sentido y en la dirección ideales a seguir, en cuanto a la fundamentación de la estructura de trabajo, según lo estipulado en este documento a lo largo del marco metodológico y en general. Por lo consiguiente, el contenido presente en el desarrollo de los apartados de análisis, comprensión y recolección, serán debidamente basados en la actualidad del mundo y del país.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), las fuentes de información forman parte fundamental del desarrollo investigativo, ya que, es necesario para solidificar de manera correcta el documento, recopilación de datos para agilizar la comprensión del fenómeno, según el tiempo para el desarrollo y búsqueda de información que encaje dentro del estudio, y además, permita un mejor entendimiento al lector o futuro investigador (p.441).

Debido a su enfoque, el desarrollo del presente trabajo comprenderá procesos cualitativos, con el fin de medir y generar nueva teoría sobre el fenómeno con el público establecido para esta investigación, que integrará en el desarrollo, personas físicas y jurídicas; además, se nutrirá del tronco principal del documento, como lo es la plataforma de Facebook.

Para una contextualización que permita al lector y futuros investigadores, tener una idea clara de la actualidad nacional del país de Costa Rica de agosto del 2018 a agosto del 2019, uno de los elementos principales a utilizar en este apartado, será la entrevista estructurada, mediante la plataforma Google Forms. Esto permitirá alcanzar el público establecido con el cual se medirá el impacto social generado por los fan-pages en el tiempo determinado, donde el país se ha visto envuelto en protestas sociales iniciadas principalmente por sindicatos públicos.

La investigación se establecerá en diversos entes que forman parte de las fuentes de información como componentes del rompecabezas que prevalecerá dentro de la esencia del

documento; por esta razón, el público será tanto como personas de la sociedad que siga o sea parte de canales de información no oficiales y de personas profesionales del área de comunicación y periodismo, así como la posición establecida por periodistas con trayectoria en área política y de investigación, que tengan vinculación con el ejercicio del periodismo político.

El público, con el cual se utilizará esta forma de recolectar datos, corresponde aquellas personas seguidoras de los fan pages de Facebook, “Televisión y Radio RN”, con el fin de medir el grado de conocimiento sobre la veracidad de la información establecida en estos canales de información pública, que se encuentra en poder de otra fuente que este proyecto consultará para su desarrollo.

Estas personas, serán seleccionadas de edades que comprenden entre 22 y 70 años. Asimismo, el estudio y profesión no serán tomados en cuenta para el desarrollo de la encuesta, mas sí serán reflejados en el resultado final. La cantidad de informantes para tener la muestra será de 47 personas, según lo reflejado en el alcance orgánico de las publicaciones hechas por estos fan pages; en el caso de esta investigación, el muestreo necesita un proceso constituido por etapas.

La opinión profesional de los expertos en el periodismo costarricense, será pilar principal; de esta manera, la investigación comprenderá tanto el lado certificado, ante la situación actual nacional de la desinformación en el país, que es el fenómeno a investigar y comprender. Por lo consiguiente, el periodista debe ser miembro del Colegio de Periodistas de Costa Rica y tener más de cinco años de laborar profesionalmente en el área política. La excepción se dará con el encargado o representante experto de los fan pages, ya que puede tratarse de un comunicador; sin embargo, solo se tomará a una figura relevante de estos medios.

No obstante, también, se tomará en cuenta para el desarrollo como pilar fundamental, el fan page establecido en la plataforma de Facebook, “Televisión y Radio RN”, que será la base esencial del presente trabajo, debido a que la información es emitida

por este tipo de canal de comunicación, la que será analizada de distintas formas para la determinación y cumplimiento de las metas propuestas en el documento.

Para comprender la elección de estas páginas, se debe conocer características tales como que su público supera con facilidad los 70 mil seguidores del fan page, que de acuerdo a su contenido, de carácter confrontativa y promiscua en temas y situaciones gubernamentales referente a la administración Alvarado Quesada 2018-2022. En relación con los objetivos de esta investigación, es poder demostrar la desinformación e influencia de ambas páginas en las manifestaciones del periodo agosto 2018 a agosto 2019, según los objetivos de esta propuesta.

Las fuentes de la investigación, serán la base fundamental del trabajo, por consiguiente, el documento debe mostrar también, la forma cómo se extraerá información de las diversas personas e instituciones que se encuentran en este apartado. Se da por finalizada la presentación de este subtítulo para dar paso a la forma de desarrollar las muestras para sustraer la información.

## **Muestras**

En la presente investigación, el desarrollo de la recolección de datos, comprenderá el muestreo del proceso cuantitativo y cualitativo respectivamente, conforme a su enfoque. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la muestra “es la población del cual se recolectan los datos”. Es decir, este proceso es requerido para sustentar la investigación de manera adecuada, ofreciendo un contenido contundente y verás.

Para efectos del presente documento, debido a su enfoque, el muestreo se complementará de diversas formas para captar la información. Dichos tipos se encuentran dentro de las características del enfoque cualitativo que según grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrá de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia.

Según Battaglia, (2008) citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), “a esta clase de muestra también se le puede llamar autoseleccionada, ya que las personas se proponen como participantes en el estudio o responden a una invitación (p.387). El tipo de muestra se torna mejor ejemplificado en la vida como en las ocasiones en que sujetos elegidos por un investigador, toman participación del desarrollo de un tema específico, como parte de este (p.386).

Por lo tanto, para el desarrollo del tema y la viabilidad de encontrar el problema que está planteado en el documento, en este caso, la dirección consultará a personas que sigan la página de Facebook Televisión y Radio RN, que bajo su propio criterio deseen formar parte de la investigación que ayude a explicar de una mejor manera el impacto social que el nacimiento de esta nueva modalidad tenga en la ciudadanía costarricense. También, la muestra incluirá la opinión de profesionales de las ciencias de la comunicación, que tendrán la tarea de asimilar una posible problemática en torno al desarrollo del investigador. De acuerdo con Barrera (1989), citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), los expertos son fuentes de mucho valor al investigador:

Son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios. Por ejemplo, en un estudio sobre el perfil de la mujer periodista en México se recurrió a una muestra de 227 mujeres periodistas, pues se consideró que eran las participantes idóneas para hablar de contratación, sueldos y desempeño de tal ocupación. Aun sabiendo esto, este estilo de muestreo, permite la flexibilidad de iniciar con cualquier de los dos enfoques, sin embargo, para efectos de esta investigación, el inicio será cuantitativo, para poder realizar los objetivos que otorgan el pase al muestreo cualitativo. Además, el muestreo será de acuerdo con el alcance orgánico según las personas que consuman su contenido, con base en las estadísticas públicas realizadas por Facebook, según lo recaudado, la presente investigación, tomará una muestra de 120 personas distribuidas entre ambas páginas (p. 387).

Por otra parte, se tomó en cuenta a los seguidores del fan page Televisión y Radio RN, para que formaran parte de la investigación de acuerdo con su propia voluntad, sometiéndose a la ejecución de la entrevista estructurada, donde el principal objetivo fue conocer de cerca el comportamiento del público, qué piensan ellos sobre su propio canal de información, y, tuvieran la oportunidad de expresarse mediante comentarios sobre las respuestas que emitieron.

En el caso del desarrollo del análisis de contenido, la presencia de noticias fue requerida para poder tener animadversiones de cada uno de los bandos; en este caso, los fan pages y los medios de comunicación. El fin es percibir diferentes conceptos de comunicación, yendo desde la profesionalidad, hasta los posts en redes sociales. Los valores periodísticos y la ética moral; por esta razón, solo se seleccionaron noticias de medios con trascendencia nacional en el campo digital, para equiparar el terreno de juego, donde la información solo se maneja por redes sociales. Asimismo, las temáticas de las noticias seleccionadas, también son tratadas por el fan page estudiado

**Tabla 1. Muestreo Análisis de Contenido (Noticias)**

<b>Medio</b>	<b>Noticia</b>
CrHoy.com	Educación dual, ¿Cuáles son sus beneficios y cómo funcionará?
LaRepública.net	Educación dual mejora empleo juvenil
ElMundo.cr	Formación y educación dual reducirá desempleo entre jóvenes, señala Uccaep
LaNación.com	#NoComaCuento: Estudiantes que se reunieron con Carlos Alvarado no son hijos de funcionarios de Casa Presidencial
ElMundo.cr	Carlos Alvarado recibe a estudiantes de colegio que se manifestaban afuera de Casa Presidencial
LaRepública.net	Eurobonos le dan tranquilidad a empresas, hogares y Gobierno

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, la elección de los expertos, se justificó de la siguiente manera. Como paso primordial que tuvieran de cinco años en adelante, cubriendo temas políticos. En el caso de los cinco expertos seleccionados, el que menos tiempo tiene de tratar estas temáticas, posee siete años de experiencia; esto los califica para poder hablar con la libertad y manejo debido de la desinformación.

A parte de la trayectoria, otra de las cosas que va muy ligada a la desinformación, asimismo, para comprender mejor la selectividad, a continuación se desarrolla criterios que determinan su elegibilidad.

**Tabla 2. Entrevistas de profundidad**

<b>Entrevistado</b>	<b>Pseudónimo</b>	<b>Profesión</b>	<b>Relación con la investigación</b>
Carlos Hidalgo	Hidalgo	Periodista Abogado	Periodista especializado en política y Derecho.
Gustavo Arias	Arias	Periodista de datos	Encargado de la sección #NoComaCuento del periódico La Nación.
Mario Taboada	Taboada	Periodista	Periodista de Extra TV Canal 42 en su espacio Purga Política.
Óscar Campos "Diputado 58"	Campos	Comunicador	Administrador del fan page, Diputado 58.
Rodrigo Guevara	Guevara	Periodista	Coordinador de información de Extra TV Canal 42.

Nota: Elaboración propia.

En el caso de Carlos Hidalgo periodista y abogado, su función dentro del Ministerio de Seguridad Pública, en el manejo de la información de primera mano, y además, su carrera en derecho, lo hacen una fuente enriquecedora, neutral y con conocimiento suficiente para emitir criterios sin ninguna subjetividad. Por otra parte, Gustavo Arias, periodista de datos, es el encargado de dirigir el exitoso departamento

de #NoComaCuento de Grupo Nación, en el cual se dedica a desmantelar información falsa vista en redes sociales.

En el caso de Mario Taboada y Rodrigo Guevara, ambos periodistas de Extra TV. Cubren los hechos políticos desde la calle, donde está la información, conocen y ven diariamente los hechos reales de cómo se dan; esto les genera un criterio importante en el desarrollo de las entrevistas de profundidad, donde es posible considerar sus palabras como elementos esenciales. Por último, pero de suma importancia, está el representante de los fan pages investigados, Óscar Campos, alias Diputado 58, quien es la mente maestra bajo los temas y discursos de los canales de información no oficiales, en temas de política.

Cada una de las personas mencionadas, parten de su punto de vista y neutralidad, bajo sus propios criterios, sus palabras enriquecerán la investigación, testificando desde la realidad alterna que cada uno de ellos vive. A continuación, los criterios que hacen partícipe a estas personas de la investigación y qué características no se buscan, dentro de las métricas establecidas por el investigador,

### **Criterios de inclusión y exclusión**

Sobre el desarrollo y finalidad de estimar quiénes participarán del trabajo, el público elegido debe de cumplir ciertas características y rasgos personales que permitan enriquecer la investigación y que con ello se logre el propósito del muestreo para efectos del documento. No obstante, existe un público que no puede ser elegible para el trabajo, debido a que no entra o no cumple con los requisitos establecidos; por consiguiente, son aquellas personas que estén dentro de las características de exclusión, considerando los siguientes puntos:

- No maneja las redes sociales.
- No es seguidor del fan-page “Televisión y Radio RN”.
- No tiene interés en temas políticos.
- Sigue la página, pero, no es un usuario activo.

Se excluyen personas menores de 22 años.

En caso del público profesional y a los gestores de contenido:

- Para efectos de la entrevista, el profesional en periodismo debe pertenecer a áreas políticas y de investigación; tener más de un año de afiliado y más de 5 años de experiencia en el ejercicio de la carrera en el departamento del periodismo político.
- Solo se entrevistará al encargado del fan-page, debido a que pueden contar con editores, que no son los responsables sobre el canal de comunicación.

Asimismo, también, debe conocerse los rasgos característicos que poseen aquellas personas que serán incluidas dentro de la presente investigación, con la finalidad de obtener con más certeza el recurso suficiente para sustentar de mejor manera la teoría, y así poder comprender el fenómeno de una manera más eficiente. Además, la selección de este, debe de ser realizado con miras al cumplimiento de la comprensión y análisis establecidos en los objetivos del documento, así como el desarrollo de un aporte necesario para la sociedad de estos tiempos. El público que se incluirá, debe cumplir con las siguientes características:

- La persona debe manejar las redes sociales.
- Debe ser seguidor de los fan-pages “Televisión y Radio RN”.
- Debe tener interés en temas políticos.
- Ser un usuario activo en la página.
- Consumir y formar parte de la viralización, propagación y crecimiento del contenido de los fan-pages.
- Las personas deben tener al menos de 22 años de edad.

### **Unidades de análisis de la investigación**

En este apartado, según el enfoque definido de la investigación, en el caso de este documento es cualitativo. Con el fin de contextualizar el apartado, Hernández, Fernández y Baptista (2017), asevera que la unidad de análisis: “indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (p.183)

**Categoría: Veracidad (Fuentes, post propio, imagen)**

La veracidad dentro del periodismo, puede considerarse como un elemento esencial, según lo que concibe la ética profesional. Quizás, esto pueda hacer la diferencia entre una comunicación profesional y una aficionada. Desde luego considerando el punto de vista profesional, de acuerdo con Kovack (2003), citado por Suárez Villegas (2014), el periodismo adquiere su legitimidad social en el compromiso de proporcionarle a la ciudadanía la información necesaria para entender la realidad social de la que participa (p. 87).

Por lo tanto, el ejercicio del periodismo correcto, es vital para obtener un equilibrio dentro de los estándares que necesita un profesional para sobresalir. Asimismo, las fuentes, los post propios y la imagen formarán parte del desarrollo imprescindible de la veracidad dentro de estas.

**Categoría: Estrategias de Viralización (subcategorías, intencionalidad, temas políticos y compartidos)**

Este apartado jugará el eje central dentro del desarrollo de las unidades de análisis, que constarán de una síntesis de la realidad, mostrada en el diario noticioso del ente por un año, sobre temas relacionados con las manifestaciones de los sindicatos en los años 2018 y 2019. Determinar el método de comunicación que emplea, es sumamente necesario para conocer el fenómeno. Por otra parte, sin obviar la parte fundamentada. De acuerdo con Javier Barrio (2017), las Estrategias de viralización comprenden, Las herramientas como blogs, wikis, podcasts, redes sociales, agregadores, etcétera, permiten a los usuarios convertirse en medios de comunicación donde ellos toman las decisiones de los contenidos que se publican (p. 98).

Es decir, la actualidad permite que cualquier persona tenga una oportunidad en la comunicación, debido a las facilidades que existen hoy en día gracias al internet y herramientas inteligentes. Los compartidos y las intencionalidades en temas políticos, hacen de Televisión y Radio RN, un gancho filoso para la audiencia.

**Categoría: Conocimiento (subcategoría públicos digitales)**

Según Martínez (2006), el conocer es un proceso a través de cual un individuo se hace consciente de su realidad y en éste se presenta un conjunto de representaciones sobre las cuales no existe duda de su veracidad (párr. 4). La determinación en el grado digital, quiere medir a los públicos que consumen esta información, que piensan sobre la información que asimilan, saben o no saben determinar si es falsa.

**Categoría: Versiones comprobadas (Subcategorías: versiones de terceros, contra versiones)**

De acuerdo con Luis Romero (2011), en relación con las versiones comprobadas o parciales, el ser humano necesita explicaciones para entender su propia realidad y lo que sucede en su entorno mediato e inmediato, aunque dicha realidad sea controlada porque quizás el hombre no pueda hacer frente a muchas dosis de realidad (p. 5). Es decir, no todo lo que se comunica puede tener una verdad absoluta, eso se debe comprobar en esta investigación.

Es decir, un conjunto de diversos factores presentará el orden de investigación mediante la calificación de los objetivos según su enfoque. Además, la realización de las unidades se realizan mediante matrices, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), la matriz es una “base de datos y se preparan para su análisis mediante un paquete estadístico” (p.230). Además, para efectos de esta investigación, abarcará lo estipulado para el enfoque cualitativo.

En el desarrollo de esta investigación, las categorías serán palabras fundamentales, medidas sobre las definiciones de cada una respectivamente. Así como la aplicación de la herramienta establecida para completar el objetivo y la resolución de este último, en pro del desarrollo. Además, de las funciones del indicador, que llegan para colocar en contexto las variables.

En esta investigación, las estrategias, enmarcan el camino de uno de los objetivos. Así, como el impacto debido a que ambos conceptos definen el proceso de la selección. Una vez hecha la estructura de las matrices, que servirán para la comprensión y análisis de datos, según Hernández (2014), (p.105).

Asimismo, un elemento necesario a desarrollar en la presente unidad, es el instrumento, el complemento que impulsa la aplicación de lo establecido dentro de dichos datos, con el fin de esclarecer la información. Es decir, se convierte en un proceso necesario para la investigación. Dicho instrumento abarcará un rol protagónico dentro del documento.

### **Instrumentos de la investigación**

Es una parte fundamental de la investigación, procede a un elemento trascendental, debido a que es el planteamiento previo a la recolección de datos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el instrumento es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos (p.199). En este trabajo, debido a su enfoque, el cual es cualitativo, desempeñará una estructura más cercana a los sujetos establecidos por el investigador.

#### **Instrumento cualitativo**

Estas herramientas serán utilizadas con el propósito de generar sustentabilidad, que permita fundamentar la teoría en el análisis y comprensión de las teorías cuantitativas. Además, sin olvidar los complementos requeridos para el desarrollo y uso adecuado de los instrumentos de este tipo de enfoque, que permite una desenvoltura sobre la aplicación de estos últimos.

#### **Entrevista**

En la presente investigación, el papel de la entrevista, tiene una doble intención; debido a que por el tema de la desinformación y su desarrollo, se debe conocer ambas partes de los canales de información; es decir, busca exponer al lector y a investigadores las contextualizaciones profesionales y “aficionadas”. Se podría denominar, “cara a cara”, parte de la sustentabilidad, erradicará en este proceso como parte fundamental de la determinación en la incidencia de la información falsa en las redes sociales, por los distintos canales de distribución.

### **Entrevista de profundidad**

Asimismo, la entrevista empleada será de orden “abierto”, con el fin de tener una mayor flexibilidad con los temas a tratar. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro” (p. 403). Asimismo, los cuestionarios ubicados en los Apéndices A, B y C son esencialmente enfocados en el desarrollo de los objetivos uno y dos.

### **Entrevista estructurada**

Por otra parte, la entrevista estructurada, de acuerdo con (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011) citados por Hernández, Fernández y Baptista (2014) “el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden)” (p. 404). De esta manera se pretende recolectar la información requerida para el trabajo investigativo para poder solventar la estructura del desarrollo de los instrumentos. Por otra parte, las preguntas elaboradas para la entrevista, se ubican en el Apéndice D, en este documento.

### **Análisis de contenido**

El poder asimilar y comprobar el fenómeno teniendo una idea de cómo su movimiento posee efectos o incidencias dentro de la sociedad costarricense, en esta ocasión, el análisis del contenido compartido de manera pública de “Televisión y Radio RN”. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), describe esta modalidad como sigue:

“Una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delimitan sus historias y estatus actuales.” (p. 415).

Por, otra parte, la ficha de contenido se encuentra en el Apéndice E de la presente investigación. No obstante, el capítulo III, Marco Metodológico, falta de un último ítem, el cual se conocerá a continuación, donde se pretende desarrollar y mostrar al lector, el proceso de recolección de datos.

Este proceso se constituye de las fuentes de información establecidas en apartados anteriores, donde se llega en busca de la información, para comprobar o generar nuevas teorías con base en los resultados. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), esto “implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico (p. 198).

Con base en esto, existe una cantidad de procedimientos establecidos para obtener la información, como lo es establecer el primer contacto con la fuente. En este caso, el contacto para efectos de esta investigación, se hará vía red social para el caso de la entrevista estructurada, al público establecido a lo largo del Marco Metodológico; es decir, a las personas seleccionadas.

Asimismo, mediante la plataforma de Google Forms, para las entrevistas estructuradas, se le otorgará a las personas contactadas, un link que redirige a dicho apartado de la web, donde libremente podrán ejercer su elección en la entrevista estructurada. En ese momento se recolectará la información pertinente del enfoque cualitativo, ya con la cita previa, se realizará una entrevista presencial para recaudar la información.

La situación varía para el contexto y el lugar. Las personas tendrán la comodidad de hacerlo desde su hogar, sin tener que movilizarse hacia algún lugar determinado por el investigador. Sin embargo, el enfoque cualitativo, en este caso, la entrevista tendrá un ámbito determinado; por ejemplo, a un profesional del Colegio de Periodistas se le entrevistará en la institución, asimismo, a los dueños o directores de los fan pages establecidos.

En el caso de la entrevista abierta, se aplicará presencialmente en el lugar acordado con la fuente. En ella se pretende obtener información de los encargados o personas calificadas del ámbito, en este caso, periodismo, que puedan sustentar la teoría, según su conocimiento; es decir, que puedan aportar de una manera amplia y concisa a la presente investigación.

Asimismo, una vez terminada la aplicación de los instrumentos, se debe conocer la forma en que se van a analizar los datos.

El en siguiente apartado tendremos el Marco Metodológico, el cual tratará el procedimiento de análisis de datos.

### **Procedimiento de recolección de datos**

El procedimiento de análisis de datos, debe ir de la mano con los resultados obtenidos después de la ejecución de la entrevista estructurada y todo lo que esta implica. Con el fin de darles un mejor margen de comprensión a los lectores y futuros investigadores, este documento, contará con el desarrollo de esquemas, porcentajes, estadísticas y gráficos, que permitan contextualizar de mejor manera los datos recopilados.

La tecnología permite utilizar algunas herramientas para la captura, observación y análisis de datos, hoy día están al alcance del investigador. Asimismo, se empleará el software Atlas TI, para el proceso de análisis de datos recopilados mediante los instrumentos cualitativos, según lo estipulado en dicho apartado de la presente investigación. La inclusión de la herramienta tecnológica, busca una mayor precisión en cuanto a la información obtenida. No obstante, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la recolección de datos cualitativa se convierte:

“En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos

son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes” (p.451).

Para el análisis de datos cualitativos del presente trabajo, a través del software seleccionado, que utiliza un proceso por niveles, en la simplicidad de la explicación, es una herramienta que agiliza la recolección. En el primer nivel, se introduce la información de los instrumentos cualitativos para efectos de la presente investigación; en este caso, la entrevista que pretende mostrar ambas caras de la desinformación en el país, a través de profesionales del área de periodismo, y, de las personas que lo distribuyen.

De lleno, una vez introducida la entrevista transcrita en el análisis, se crean códigos con el Atlas TI que tendrán una incidencia en el resultado final, los cuales se convertirán en las subcategorías. Cabe resaltar que los resultados pueden otorgar nuevas tendencias que podrían generar una nueva categoría. Con esta etapa concluida, finaliza el primer nivel del análisis de datos del enfoque cualitativo.

Luego se crea un ciclo cuyo núcleo es una de las categorías establecidas o nuevas, si existe una nueva se agrega. Después de lo comentado, se genera una triangulación entre la teoría, la recolección de datos y el análisis hecho por el investigador ante los resultados obtenidos, donde se analizan, contrastan o enlazan. De esta manera concluye el ciclo del análisis de datos cualitativos.

El capítulo IV forma la estructura completa de los ítems ejecutados para llegar a las metas establecidas, comprender el fenómeno y el movimiento que causa en los sujetos involucrados, así como mejora el análisis y facilita la tarea para posibles investigadores que deseen renovar o impulsar una teoría similar. A continuación la exposición y el análisis de datos hallados.

Una vez ejecutados los instrumentos para la recolección de la información, el proceso conllevó un plan de codificación enriquecedor para la investigación. Por lo consiguiente, la selección de lo recolectado, importó los datos y se insertaron en distintas categorías y subcategorías de la matriz de codificación para llevar a cabo el desarrollo de manera acertada de cada objetivo específico.

En el caso de las entrevistas abiertas o de profundidad, fueron seleccionadas cuatro preguntas de ocho disponibles que contundentemente se encargarían de responder los objetivos uno y dos de la presente investigación. En ellos, las categorías, “Veracidad” y “Estrategias de viralización”; dicha inserción de datos fue provechosa para el fin del documento en el desarrollo de este trabajo.

Por otra parte, el exhaustivo análisis de datos elaborado por el investigador por el periodo de un año, llegó con el fin de cubrir los tres objetivos, desarrollando en dichas fichas, la cobertura de todas las categorías y subcategorías existentes en el presente documento, otorgando información completa que fue codificada con el fin de obtener resultados más complejos, exactos y certeros para el desarrollo del Capítulo IV.

Asimismo, los resultados de la entrevista estructurada, describen el pensar de aquellos sujetos que siguen el fan page estudiado, Televisión y Radio RN, donde los resultados no reflejaron lo opuesto a lo esperado por el investigador. Sin embargo, esto más bien trajo consigo mayor auge y resistencia a los resultados obtenidos por los otros instrumentos aplicados. Consecuentemente, el desarrollo de los instrumentos permitió, mediante las codificaciones, tener información más precisa que permitió alimentar a Capítulo IV anteriormente mencionado y al Capítulo V.

Además, permitió más empuje a la elaboración de una síntesis más acertada de los instrumentos aplicados, encajando cada uno de la mejor manera en el desarrollo. Esto nos

da resultados contundentes sobre los fan pages, en especial con lo estudiado en la presente investigación; mas, también, logrando comprender el fenómeno de mejor manera.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presenta el análisis profundo de las fuentes esenciales que sustentan el proyecto y nos permiten desarrollar oportunamente el fenómeno de la desinformación periodística en Costa Rica, a través de los fan pages. El trabajo de campo recopilado por el investigador de acuerdo con los instrumentos y el proceso de recolección de datos. Seguidamente, se comenzará el estudio de los resultados con las “estrategias de viralización”, donde se expondrá el criterio de los expertos, el público consultado y los análisis de dichos elementos serán conforme a la evolución sostenida, de acuerdo con la fundamentación mostrada en el marco de referencias.

#### **Estrategias de viralización**

No cabe duda que las estrategias de viralización, se convierten en la sujeción de un nuevo concepto que tiende a ser quisquilloso, en cuanto a su terminología. Se comenta que hemos utilizado los instrumentos como entrevista de profundidad y análisis de contenido, con el fin de tener un arraigo mejor interpretado por parte de los expertos. No obstante, una de las principales incitaciones es la utilización por una figura emblemática que haya sido para bien o para mal; o incluso, si generó o no incertidumbre social o simplemente es un sujeto “entendible” como de reconocimiento ciudadano, a esto se refiere Hidalgo en una entrevista realizada el tres de marzo del 2020.

La gente comparte todo aquello que sea en contra de la política no solamente del Gobierno, porque puede salir algo de Otto Guevara que no está en el gobierno que la gente lo va a compartir, por la figura que es Otto Guevara, entonces no necesariamente lo que se comparte sea en contra del Gobierno sino que el PAC es el que está ahorita en el poder entonces las noticias que se comparten tienen que ver directamente con ellos entonces la gente la va a compartir.

Asimismo, un criterio similar al de Hidalgo, es el de Rodrigo Guevara, quien en una entrevista el cuatro de marzo del 2020 se refiere más que el entorno a una figura, el malestar sentimental porque las redes sociales se han convertido en factores complementarios de una sociedad que por incidentes ocurridos de trascendencia, la desconfianza es pan de cada día:

Las redes sociales han traído sin duda un nuevo aire al tema de la comunicación es una forma de expresar el desazón la molestia la expresión de lo que está ocurriendo actualmente en el país y se lo pongo muy puntual con lo que está pasando con la crisis de la UPAD esto viene a demostrar la molestia que está generando la sociedad y pues últimamente ese es un medio de comunicación para expresar lo que está ocurriendo.

Sin embargo, este enfoque no solo permite una comprensión actual del fenómeno, sino que, también, permite especular sobre el uso de la información en los fan pages, por lo cual para Taboada comenta en una entrevista realizada el primero de marzo del 2020: “los fan pages utilizan una estrategia dedicada al click, ellos quieren generar tráfico a sus sitios, es ahí donde el contenido se puede ver afectado, principalmente porque fan page va dirigido a una comunidad en específico”.

Óscar Campos alias “Diputado 58”, comunicador dueño del fan page que ostenta el mismo alias en una entrevista ejecutada el nueve de marzo del 2020, comenta que la divulgación de su contenido informativo recae sobre personas con similitudes “pasionales” en el sentido figurado, de una molestia en común que llevan a estas personas a distribuir sus contenidos desde sus respectivas cuentas de las plataformas sociales que existen hoy día:

Para viralizarlo pero si me ayuda mucha gente que lo viraliza, en Estados Unidos tengo gente que lo viraliza en los cantones tengo grupos de whatsapp que se encargan de darle reproducción y hay grupos y gente que se encarga de hacerlo pero no está muy estructurado.

Considerando el rango de importancia en la estrategia de viralización, referente a la participación de las personas con lo expuesto en el párrafo anterior, hay un vacío de conocimiento que aún no justifica el crecimiento inicial de las páginas de Facebook en nuestra sociedad. Sin embargo, para Gustavo Arias, periodista de datos e información, en una entrevista aplicada el 19 de febrero, hay una red grande dentro de los mismos administradores de fan page, que gira en torno a un administrador, dando la impresión a aquel público de que se pudiese tratar de un conglomerado no oficial, pero que su realidad, para Arias, es muy distinta:

El mecanismo de ellos es que manejan siete a ocho páginas normalmente en que te reproducen el mismo contenido, ese contenido es cada vez menos, ahorita los dos métodos más tradicionales son el formato meme que básicamente es agarrar dos fotos y poner algo falso y compartirlo el formato meme y se da mucho los audios de whatsapp que es un tema más de comunicación directa, pero si o sea las estrategias como te digo normalmente para hacer crecer los fan pages apuestan por discursos de odio en contra de población LGTBI y migrantes.

No obstante, para Arias, las temáticas proporcionan un rasgo estimado de público, marcando en su perfil un sello que se busca identificar con una posición fundamentada en las informaciones realizadas por los diferentes canales de información no oficiales. Hay que trazar una línea adyacente en cuanto a la utilización de una figura para la propagación de información; pero, pensado desde un punto más interpretativo sujeto a nuevas tendencias que uniformemente se trasladan a una visión actual de los entornos de temas político-sociales que se divulgan, mediante las redes sociales y va más allá de solo desinformar.

La generación de diferentes sentimientos encontrados sobre una masa de sujetos que comenzaron a suponer una misma idea, ante esto Arias comenta:

La utilización de públicos grandes para hacer un tema polémico más grande. Hay que considerar que las desinformaciones o los contenidos que buscan desinformar están pensados más en el marketing, están apegados a los sentimientos a emociones

muy fuertes pero sobre todo algo que utilizan que es fundamental para el fenómeno de desinformación llamado sesgo.

Por lo tanto, la información siempre tornará hacia un lugar importante dentro de las versatilidades que constituyen la viralización del contenido dirigida a un público en común, Campos asevera sobre sus formas de compartir hechos noticiosos que ocurren en el país:

Nosotros tenemos fuentes muchísimas, las redes sociales, por ejemplo, Albino, periodistas que nos ayudan, que le preguntamos que trabajan en La Nación en la Extra, que trabajaron en canal 7 o Repretel, muchos periodistas que me cubrieron cuando fui diputado; muchos diputados son fuentes de información, al menos en el caso mío. Otra información que uno sabe (mediante suposiciones) uniendo puntos que uno saca por conclusiones sobre los hechos como si fuera una historia.

En torno a lo que se refiere el fan page seguido en esta investigación, un común denominador que se convierte en un calificativo para Guevara es el hecho de que “crea más crítica de lo que está ocurriendo y eso al final genera celeridad colectiva y donde se vio manifestado fue en las calles”. Por lo tanto, el manejo de un fan page siempre genera incertidumbre desde un foco donde pueda concluir informaciones quizás, sin que tan siquiera se pueda cuestionar; así lo explicó Taboada, periodista político:

Ha tratado de meterse de la forma más empírica y jugándosela pero que tiene graves fallos en la parte de confirmación de fuentes incumple con el principio de parcialidad en la totalidad de las publicaciones es decir siempre da su opinión la forma en que se expresa en contra del gobierno no es la manera en que uno puedo decir la oposición.

Asimismo, la difusión de noticias empíricas mediante las redes sociales en este caso, el fan page Televisión y Radio RN, conlleva un proceso extra de comprensión, mediante trabajo de campo; en este caso, la ejecución del instrumento análisis de contenido, el cual comprende un lapso determinado, señalado en el capítulo anterior; asimismo, el

trabajo arraiga dentro de su envergadura subconceptos que ayudan a justificar mejor el comportamiento del fenómeno.

Por ende, los diferentes puntos conceptuales aluden a las principales temáticas del último año, donde las siguientes palabras generaron controversia en los distintos públicos de los medios de comunicación; por lo tanto, la evaluación que se realizó durante un año con respecto a temas políticos y gubernamentales, indican que todas las publicaciones analizadas dentro de las fichas, tienen temáticas políticas de interés público.

**Tabla 3. Análisis de Contenido (Estrategias de viralización)**

<b>Respuestas</b>	Sí	No
<b>Tema Político</b>	26	0
<b>Intencionalidad</b>	26	0
<b>Compartidos</b>	26	0

Nota: Elaboración propia.

Es decir, en su arsenal de publicaciones del periodo 2018-2019, la totalidad de los temas tomados para el presente análisis, muestra en su cabida, que el principal desarrollo de la controversia se genera por la forma de abordar los temas políticos-sociales, pues el público de Televisión y Radio RN sigue con conocimiento de causa, no cuestiona ni mucho menos contradice las temáticas tratadas en dicho fan page; por lo tanto, el resultado contundentemente establece una simple forma de diversificar la información.

El segundo punto a evaluar dentro de las fichas, y uno de los principales dentro de lo estipulado en la categoría veracidad, es su intención, debido a que, prácticamente en la totalidad del análisis queda demostrado que existen puntos en común trabajando para generar controversia; es decir, la parcialidad de sus publicaciones acreditan a Televisión y Radio RN, en su defecto a su administrador, como un medio con total intención de generar controversia social, mediante su forma de postear y comunicar las cosas, su lenguaje y su tipo de conspiraciones argumentadas en comentarios hechos por el administrador.

En cuanto al tercer segmento, cabe resaltar que tanto el apartado de temática como el de compartidos, van de la mano, ya que mediante una estrategia certificada de la persona

desarrollada en las entrevistas de profundidad, necesita de un buen tema para generar la viralización; por lo tanto, incluye el desarrollo de la información, en cuanto a la diversificación de la misma, depende de un buen gancho que atraiga a la mayoría del público.

Retornando a las fichas, la totalidad de estas, posee un nivel de compartidos superiores a cientos de personas; por lo consiguiente, es comprensible que el administrador genere un gancho de mucha utilidad para la masificación de la información posteada. Además, es una de las maneras más fuertes de viralizar el contenido en la plataforma Facebook de manera orgánica, sin gastar dinero en publicidad. Por lo tanto, seguidamente se procesará con la síntesis del investigador, sobre el tema de estrategias de viralización.

Es decir, los resultados de acuerdo al planteamiento de los instrumentos, con el fin de esclarecer acertadamente el comportamiento del canal de información analizado, en el mismo orden expuesto, el primer criterio ejemplificado en las entrevistas de profundidad, arroja términos claros sobre la actualidad social del país, y es el tema “político”, todo aquello que tenga vinculación con los temas gubernamentales, tiene como fin menoscabar la figura de quienes en estos momentos se encuentran en el Poder Ejecutivo.

La presente, permite remitirse a los resultados obtenidos dentro de los cuales todas sus publicaciones analizadas en las diferentes fichas de análisis de contenido, donde de forma clara y contundente, todas estas poseen una conceptualización simple que se torne en tres puntos importantes, que son esenciales en el diario vivir del fan page Televisión y Radio RN.

Primero, en general, los temas políticos son el principal gancho que permite ejecutar la viralización en redes sociales; es decir, el entorno que solventa la forma de operar se basa en figuras importantes como la de Carlos Alvarado, gestión 2018-2022. Debido a los hechos acontecidos desde el inicio del periodo del Gobierno actual a 2020, la intervención de temáticas políticas en el país es motivo suficiente para generar una incertidumbre social que causa ebullición en los públicos más susceptibles, generando controversia.

Recordando lo enunciado por Cortés e Isaza (2017) mencionados en el marco referencial, esto puede contextualizarse de la siguiente manera:

Más allá del uso político del término, fake news se relaciona también con opiniones extremistas, propaganda y manipulación. Una opinión desinformada y alarmista de un político a través de Twitter puede ser para muchos una noticia falsa, tanto como una noticia que, con deliberada mala fe, informe falsamente sobre la muerte de un líder mundial (p. 5).

Esto no solo confirma nuestra posición desde el inicio de la síntesis, también debe considerarse que la evolución de este proceso, sigue teniendo la base fundamental mencionada por Yillin, sumando los criterios carentes de argumentación, pero manejando la intencionalidad de despertar interés por parte de sus consumidores. Lo más importante, es que la información presentada, es en su mayoría, post propios con las temáticas mencionadas.

Asimismo, las personas encargadas de estos fan pages, no manejan solamente un fan page, sino que, emiten criterios desde otros fan pages u otros perfiles. Por lo tanto, los grupos opositores al Gobierno son quienes a priori, captan parte importante de la viralización del contenido de los fan pages como Televisión y Radio RN, medio que en diversas de sus publicaciones ha hecho cobertura de actividades afines, a favor del grupo de oposición.

Asimismo, existen grupos de WhatsApp, y Facebook que se dedican única y exclusivamente a viralizar el contenido que este canal de comunicación y muchos que tengan temáticas políticas, sean noticias completamente verídicas, o simplemente es información que se ha generado sin fundamento o con algún tipo de estrategia para desmeritar la percepción de otras personas que no forman parte del grupo que apoya ciegamente a estos fan pages.

No obstante, esta va sujeta a una simple razón, que suele tener intencionalidad sobre las publicaciones de temas gubernamentales para generar un criterio subjetivo, en contra de las autoridades. Además, “existe un sentimiento” en común que se expresa en las redes sociales de las diferentes maneras; no es uno que genere felicidad, sino que genera repudio incitado por el contenido hecho por el fan page Televisión y Radio RN y páginas de facebook afines, descrito para personas que comparten este pensar.

Asimismo, según lo enunciado en el marco referencial, de acuerdo con la Universidad de Costa Rica (2015), “el peligro de contagio de creencias conspirativas en las redes sociales, puede darse desde el momento en que se creen como ciertas o verdaderas aseveraciones no comprobadas totalmente” (p.7). El problema, es que el público que consume la intencionalidad emitida por el fan page, es un grupo fuerte en sus ideales, inclusive, aunque estos contenidos noticiosos tengan carencia de lógica; esto confirma una puntualización de las estrategias de viralización.

## **Veracidad**

En el caso de la implementación de la credibilidad que concierne al concepto de medios digitales, el punto señalado en la delimitación del término fan page, se consultó a los expertos mediante una entrevista sobre los principales entornos de una información emitida bajo el formato noticia, que debe contener ciertos criterios indispensables para que su veracidad sea completa y transparente, con el público que la consume y esencialmente, genere confianza.

Dos de los expertos consultados sobre la pregunta dos, consideran que el término “profesional” bajo el que se basa un medio de comunicación, es equivalente a la responsabilidad sobre la introspección remota al hecho de que se está comunicando. Asimismo, el tipo de manejo de la información permite una claridad ante los usuarios, de acuerdo con Guevara, este nos indica que “antes de publicarse algún tema en especial uno tiene que tener algún cuidado por algo somos profesionales antes de lograr sacar alguna

información tenemos que verificar uno de donde viene esa fuente dos si son documentos veraces”.

Por otra parte, el anclaje y principal orquestador de los temas; la persona que es la cabeza esencial, quién baraja el aval de las publicaciones en un medio de comunicación, para Hidalgo, periodista político y máster en derecho, la figura de la experiencia profesional permite un desarrollo único dentro de las métricas periodísticas. Este asevera que “un medio de comunicación es creíble si quienes trabajan para él son personas preparadas en periodismo segundo si tienen director o directora de trayectoria”.

Pero, de la mano con el criterio emitido por Hidalgo para la comprensión enlazada en la recopilación de la pregunta dos, con respecto a la credibilidad, existen atestados que justifican el accionar de los medios digitales, a través de sus páginas de facebook; el incumplimiento de ciertos parámetros de la comunicación, convierte a estos canales en peligros latentes, en la sociedad costarricense; ante esto, Arias menciona lo siguiente:

Lo más problemático de la información es la utilización de públicos grandes para hacer un tema polémico más grande. Hay que considerar que las desinformaciones o los contenidos que buscan desinformar están pensados más en el marketing, están apegados a los sentimientos a emociones muy fuertes.

Ahora, incluyendo los elementos esenciales de un tema profundo donde hechos e informaciones injustificadas proponen un rumbo alterno de la realidad, los sujetos encargados de los fan pages, asumen en primera instancia, en algunas ocasiones, la responsabilidad de brindar información fundamentada, Campos comenta sobre su percepción: “nosotros tenemos fuentes muchísimas, las redes sociales, por ejemplo, Albino, periodistas que nos ayudan, que le preguntamos que trabajan en La Nación, en la Extra, que trabajaron en canal 7 o Repretel”.

En virtud de la ampliación de criterios, la pregunta cuatro encontró en los diversos puntos de vista, similitudes en los expertos consultados; una de las bases del periodismo

profesional es la mención de fuentes confiables que respalden el contenido de una publicación. Hidalgo menciona que, “si usted va a dar una noticia bomba tiene que tener una fuente que dé credibilidad a lo que usted está diciendo; de lo contrario si no muestra documentos si no muestra pruebas”.

Aun así, de acuerdo con Guevara, periodista político, el informar de manera equívoca con conocimiento de dolo, representa una implicación importante en el tema de la desinformación; la ideología se vuelve cada vez más presente en la sociedad del país; “muchos fan page se dedican a informar de manera incorrecta porque utilizan daos que no son, montan fotografías que no son; para mí eso es peligroso si usted se va a informar de acuerdo a su ideología yo no le veo problema cada quien en el término sea correcta la información”.

Por otra parte, Taboada, periodista político, aduce que es primordial el comportamiento de la información, como un anclaje entre el hecho y el tipo de profesional que se encarga de distribuirla; el manejo de los temas que acontecen diariamente que tienen un carácter político, que son de interés público:

El profesional que se encarga de informar a través de valores periodísticos que tuvo una formación académica y que es esa su profesión como tal porque está facultado para hacerlo es una persona responsable en el trato de la información que sabe que es noticia y que no y que la información que divulga se supone que es cierta y reconfirmada él.

No obstante, en torno a una profundidad más alta, el acceso a la información estatal para Arias, es una de las principales razones por las cuales el tratamiento para reducir la expansión de la desinformación, se vuelve complicado para Arias, combatir los fake news, desde el punto profesional para que se deba desmeritarlas:

El trabajo que chequea la información le toca a los periodistas no a las agencias ni a las agencias gubernamentales en eso podemos tener diferencias en criterios con muchos colegas para mi digamos la información oficial siempre va a tener un sesgo

de entrada y eso ya limita el alcance que puede tener, creo que lo más lo que deberían hacer los entes oficiales es facilitar ese acceso a la información.

De acuerdo con el criterio expuesto en el párrafo anterior, y ejecutando el análisis de datos cualitativos, se obtuvo que el comportamiento visto durante el año de análisis de contenido de la página de facebook Televisión y Radio RN, se entiende que en sus publicaciones realizadas con respecto a las manifestaciones sociales y publicaciones de orden público, se manejan los temas con un criterio superlativo y esencial en la interpretación de las informaciones, según esas fuentes. En el presente caso, se tomó como prioridad cualquier tipo de fuentes informativas, sin embargo, no se incorporó el criterio propio como fundamentaciones válidas.

**Tabla 4. Análisis de Contenido (Veracidad)**

<b>Respuestas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>Fuentes</b>	11	15
<b>Post propio</b>	22	4
<b>Imagen</b>	15	11

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo al resultado obtenido, muestra que un poco más de la mitad de las fichas analizadas no contienen fundamentación en las publicaciones realizadas por el administrador del fan page; esto genera una distorsión total en la emisión del mensaje a través de lo expuesto, mediante las diferentes formas de publicaciones; y además, con esto permite que el criterio del receptor se baraje solo a lo que el que emite la información tenga como subjetividad sobre dicha información.

En este caso, es asimétrico pensar que los resultados muestran que existe una evolución pronunciada en el ahora y antes de un medio de comunicación. Las facilidades que da internet hoy día para conocer la procedencia de las fuentes, en este caso, no se puede estimar que este sea un factor considerable en la veracidad de los contenidos, sino, que la ausencia de corroborar mediante estos accesos a la información que se publica en redes

sociales. Asimismo, el detonante tampoco puede ser este; pero, sí justifica una debilidad de la persona, pues le falta más indagación de la noticia y esto hace vulnerable a estos fan pages.

Otro concepto que determinó el grado de importancia, es agregar si la página de facebook realiza su propio contenido. De acuerdo con el estudio, casi en todas las fichas analizadas, Televisión y Radio RN, realizan su propio contenido, aprovechando en su totalidad las diversas modalidades de publicación, ya sean post, imágenes, transmisiones en vivo y videos.

Por otra parte, la minoría de sus publicaciones fueron compartidas desde otro fan page, donde en un periodo remotamente pequeño no generó contenido propio, más se enfocó en compartir información de páginas similares que tratan temas políticos, dentro de las métricas compatibles que tiene con Televisión y Radio RN. Dentro de las páginas, principalmente se encuentran, Diputado 58, Usted no es mi presidente y El Presi Charlie. Así como una excepción, cuando compartió una noticia de Diario Extra.

En el último punto de los conceptos seleccionados, se encuentra la percepción de publicaciones donde se estima si el fan page, realiza la divulgación de la información mediante herramientas; en este caso, la mayoría de las fichas analizadas constan que efectivamente predominan las imágenes en las publicaciones que tienen correspondencia con los temas tratados día con día, por lo tanto, utiliza una de las herramientas más convencionales en el sentido de generación de contenido para expandir su público.

Asimismo, el engranaje con el que se generan las noticias, es de gran polarización por quienes emiten el mensaje; por esta razón, en el siguiente apartado se analizará las versiones comprobadas, ostentando dentro de sus principios, la claridad de emisión.

De acuerdo con los resultados obtenidos, es esencial señalar que las noticias publicadas por los fan pages como Televisión y Radio RN, se piensan primero para fijar un objetivo, según el fin que ellos escojan. Por lo tanto, las informaciones en este caso, son

una pérdida sensible de credibilidad en el trabajo de los medios de comunicación tradicionales, así como también esto genera indignación hacia el público costarricense.

Ahora, la situación comienza a complicarse, en síntesis, con respecto a las temáticas sociales; de acuerdo con Yillin (2014), afirma lo siguiente:

Por un lado, el impacto de Internet y las nuevas tecnologías han cambiado profundamente la estructura y la forma de comunicación, el periodismo ha perdido su control dominante en establecer la agenda pública. Por otro lado, la comercialización y la relación cada vez más compleja entre el periodismo y el poder ha causado la crisis de credibilidad (p. 26).

Esto contextualiza una simple herramienta al alcance de todas las personas y sobre la problemática de que esto suceda, es que más de cinco años después de la investigación de Yillin, no existen mediciones claras sobre una tendencia nueva como los fan pages que no son oficiales, y que funcionan como un medio de comunicación. En este caso, la divulgación de informaciones sobre todo en páginas como Televisión y Radio RN, comprende el grado de viralización que este compete, lo cual se vuelve más complejo para un medio de comunicación contrarrestarlo, en el transcurso del tiempo.

Ante esto, es difícil acceder la información de las instituciones públicas; este es uno de los puntos de quiebre mayormente afectados, en cuanto a la posibilidad de detener la propagación de las diferentes versiones emitidas en estos canales de comunicación. En relación con los procesos de objetividad, el criterio empleado por el administrador es completamente personal; su forma de comunicar y publicar se hace bajo sus propias palabras.

Además, la omisión del manejo profesional del mensaje, la forma de crear el contenido y de comunicarlo, no presenta más que criterios subjetivos. La mayoría de estos fan pages, carecen de esa parte formal, lo cual no puede reflejar credibilidad en el entorno de la sociedad costarricense y, por eso, la mayoría de costarricenses no apoyan la información emitida por estos medios de comunicación. El criterio de un periodista

profesional sobre el tema, es apegado a la realidad superlativa en la que, tanto el administrador como la comunidad de Televisión y Radio RN, viven en un sesgo subjetivo empleado esencialmente por el comunicador.

Según el análisis de contenido realizado por el investigador, existe ausencia de fuentes en distintas publicaciones del fan page. Y que, de acuerdo a dicho análisis, la mayor cantidad de publicaciones son post hechos por el propio fan page, por lo cual, según la versión de uno de los expertos, las mismas páginas de facebook, monta su material y emiten la información subjetivamente a su estilo, sin mostrar un argumento o haciendo burla de las figuras políticas del país.

En cuanto a los públicos, el fan page utiliza criterios en contra de la inclusión social para que su público sea más alcanzable, dando importancia de manera poco objetiva a su discurso. La falta de argumentación vista en las publicaciones analizadas, repercute en la forma de expresarse empleado por el comunicador; utiliza palabras con vocabulario soez en contra de los mandos altos del sector público; utiliza frases ambiguas como “supe que”, “me dijeron”, que corresponden a los principales atestados presentes en algunas de sus publicaciones

Recordando lo que dijo Manuel del Fresno (2018), citado en el marco referencial:

A diferencia de la verdad racional y factual que solo tiene una versión, la mentira y las medias verdades pueden presentarse en múltiples formas. Incluso, hoy, cuando la tecnología permite un acceso instantáneo a fuentes y datos de forma profesional nunca ha sido tan fácil y rápido detectar, contrastar y comprobar la mentira y la desinformación política (párr. 2).

De acuerdo con esto, el público que consume este fan page, posee entre sí dos situaciones actuales. Primera, tienen el convencimiento de que el emisor posee la verdad absoluta. Dos, debido a la primera situación, tienen en su haber cotidiano, un sesgo infundido con respecto a la información emitida por otros medios de comunicación, lo cual conlleva a la referencia hecha por Fresno, en donde las personas más bien, se apegan a una

sola versión y no conciben en su mente la iniciativa de buscar en primera instancia, si la versión propuesta por el sujeto tiene algunas fuentes de confirmación y, segundo, lo anterior es causado porque el sesgo infundido es muy amplio, difícilmente puede cambiar.

A continuación, se analizará exhaustivamente la categoría número tres, con sus variables más importantes, en la aplicación de los instrumentos.

### **Versiones comprobadas**

Dentro de las versiones comprobadas, que genera un concepto necesario en la desinformación digital divulgada en las redes sociales, adjunta en el desarrollo de este análisis, la contra versión de lo que se viraliza como una publicación en medios digitales a lo largo y ancho del territorio costarricense. En esta ocasión, en las publicaciones de la página de facebook Televisión y Radio RN, provee un resultado analítico con un alto grado de versatilidad.

**Tabla 5: Análisis de Contenido (Versiones comprobadas)**

<b>Subcategorías</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>Contra versión</b>	5	21
<b>Enfoques de terceros</b>	6	20

Nota: Elaboración propia.

La minoría no representa un punto de flaqueo del análisis, al contrario, demuestra que la trascendencia en redes sociales en el año analizado, no generó un impacto social tan escandaloso en la población costarricense. Sin embargo, la atribución correspondiente al administrador, debido a que la complejidad de detonar información así sea de forma imprecisa o falsa y que trascienda a nivel nacional, acarrea una estrategia bien elaborada.

Dentro de sus publicaciones más sonadas, se destacan las siguientes:

Según fuentes cercanas a Televisión y Radio RN, los estudiantes que salen en la foto que colgó el Presidente de la República Carlos Alvarado, pertenecen al Liceo Rodrigo Facio y son hijos de funcionarios de casa presidencial. No es que recibió a todos los estudiantes. (Televisión y Radio RN).

Asimismo, diario La Nación, el mismo 28 de junio, desmintió la información brindada por Televisión y Radio RN, mediante su sección, #NoComaCuento: “Estudiantes que se reunieron con Carlos Alvarado no son hijos de funcionarios de Casa Presidencial”. Por otra parte, la contra versión no solo se emplea en una corrección de los hechos, como lo hizo en este caso directamente diario La Nación, también se atribuye a un criterio sobre el que el fan page realizó una publicación; por ejemplo, el señor Presidente de Costa Rica, afirma:

Difundir información falsa, cualquiera que sea el propósito de quienes lo hagan tiene efectos nefastos para las democracias. El derecho a la información veraz, con la libertad de expresión y libertad de prensa son esenciales para una democracia. Otros países ya han sufrido las consecuencias causados por la difusión de mentiras. No permitamos que eso ocurra en Costa Rica. (Carlos Alvarado 2019).

Asimismo, Televisión y Radio RN realizó un comentario sobre esta publicación, ensañándose contra las palabras de Alvarado y poniendo una contra versión en la publicación:

Carlitos pero sus serviles troles y muchos de sus seguidores son los principales generadores de noticias falsas junto a varios medios de comunicación alineados y sus directores. Curiosamente a todos los que nos oponemos a su DES GOBIERNO nos tildan de "ramashekos". Y muchos somos ateos, agnósticos, mismos miembros de la comunidad LGTBI, católicos etc, para que dejen de pensar que solo los "panderetas" como también los llaman son los que están en contra suya, por no estar de acuerdo con sus políticas que están haciendo leña al país”.

Por otra parte, dentro de las métricas empleadas para el análisis, los enfoques de terceros son apreciaciones justificables sobre los hechos comentados, que determinan la trascendencia de las publicaciones; sin embargo, al igual que las contra versiones, las fichas

son escasas. Por ejemplo, del total de las fichas analizadas, la minoría de estas refleja versión de terceros, en las distintas publicaciones.

Esto no ejemplifica un punto negativo del análisis, de hecho plantea un criterio de falta de argumentación o de informaciones que no podrían considerarse verdaderas o los argumentos no son lo suficientemente fuertes para trascender; pero sí genera información que requiere del tratamiento de terceros. Asimismo, podría aludir a una noticia exclusiva, sin embargo, la falta de versiones de terceros adjudican que no es posible este planteamiento.

Asimismo, visto dentro del análisis de datos, en sus publicaciones manejadas por otros medios:

Crítica de “noticias falsas”, donde se denomina a la Educación Dual como un proyecto perjudicial para los estudiantes. Omisión de la Agenda de la Asamblea Legislativa, en donde se entrevista a estudiantes del MEDSE, los cuales hablan sin fundamento y sin respaldo objetivo. La utilización del término de “Mano de Obra Barata” y un supuesto aumento de desempleo.

Sin embargo, el enfoque tratado mediante la transmisión en vivo realizada por Televisión y Radio RN, el primero de agosto del 2019, fue llevado previamente por el medio de comunicación ElMundoCR.com de la siguiente forma: “Formación y educación dual reducirá desempleo entre jóvenes, señala Uccaep”. Las principales consecuencias de este tipo de información distribuida públicamente por las redes sociales, tienen un único conjunto de personas perjudicadas. Por esta razón, el siguiente ítem pretende aclarar mediante un análisis exhaustivo, el grado de comprensión que tiene el público que se expone a la información emitida por Televisión y Radio RN.

## **Conocimiento**

La población que consume la información proveniente de los diferentes fan pages que se dedican a la generación de contenido digital, en cuanto a políticas y temáticas gubernamentales, se prepara desde la víspera para conocer las noticias de estos medios, diariamente.

El público estimado para el desarrollo del instrumento entrevista estructurada, se remite a personas que siguen activamente el perfil Televisión y Radio RN, con el fin de ver el comportamiento de estos ante cuestionamientos sobre la forma de operar de estos canales de información.

El arranque de las entrevistas, propuso un punto neutro donde se pretendía conocer de qué manera perciben las personas el uso de páginas de información para emitir noticias; por eso se consultó, ¿Cómo cataloga el funcionamiento de una página de Facebook "no oficial" como un medio de comunicación? En correspondencia con la interrogante, la mayoría asumió la posición de que es un medio por el cual se puede conocer de diferentes maneras, cualquier tipo de temas. Por otra parte, las minorías se enfocaron más en no percibir estas páginas, como un medio de comunicación; mientras que otros consideran que es simple y sencillamente un canal de información sin trascendencia.

Tomando en cuenta que los consultados son seguidores activos de Televisión y Radio RN, el pensamiento de los sujetos consultados, determina que los medios de comunicación no tradicionales o aquellos que funcionan como tales, se convierten en una alternativa para los ciudadanos sobre algunas informaciones o esencialmente sirven para conocer otros enfoques relacionados a diversos temas.

En el caso de la pregunta número dos donde se consultó ¿Usted se informa a través de algún medio no formal de comunicación, como un perfil en Facebook? Tras el resultado, la mayoría indica que no se informan a través de los fan pages; sorprendentemente, las personas no manifestaron su “fidelidad” al canal de información e incluso, testificaron comentarios derogatorios, tales como: “no tomo como información verídica ningún tipo de informe, noticia, dato, razón o referencia que sea proporcionada a través de ningún medio que no sea “formal”.

En concordancia con el balance, la mayoría indica que no se informan de primera mano en estos medios. Asimismo, la minoría testifica que sí. Por lo tanto, la desconfianza del costarricense hacia los medios de comunicación tradicionales, es prioridad para las personas consultadas; es decir, la radio, la televisión y los periódicos en sus distintas plataformas, siguen predominando en el mercado nacional de la información.

Por otra parte, la pregunta número tres se planteó con la idea de que el entrevistado tomara la iniciativa de defender o afirmar, de una manera diferente, cuál es el contenido que consume. Por ende, se le preguntó: ¿Considera que la información emitida en los fan pages es suficientemente confiable? El resultado de la presente entrevista, sobre la cuestión número tres, donde la mayoría se decanta por afirmar que solo algunas noticias son confiables; además, también marcan que la información en su mayoría es imprecisa. Por otra parte, las minorías respondieron en su haber que la información es confiable.

**Tabla 6: Entrevista Estructurada (Pregunta 3)**

<p><b>¿Considera que la información emitida en los fan pages, es suficientemente confiable?</b></p>	<p><b>Comentarios:</b>          -Algunas cosas no lo cuentan ,entonces es información que al fin de cuentas está incompleta          -Este tipo de páginas tampoco son administradas por especialistas de las temáticas          - En muchos casos se expresan opiniones o se dan noticias, en cuyo caso son personas con muy poco o ningún criterio para hacerlo</p>
---	---

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo con lo visto en el desarrollo de las entrevistas, tras la consulta número tres (comentarios pregunta tres, entrevista estructurada), se determina que las personas valoran y creen la información, cuando es deducida o diversificada por los fan pages: “Algunas cosas no lo cuentan, entonces es información que al fin de cuentas está

incompleta” También, la falta de una figura profesional, hace que muchas veces la información se dé desde un punto subjetivo, sin neutralidad.

Mediante la consulta cinco de la entrevista, se pretendía conocer ítemes necesarios dentro del periodismo profesional para que un fan page pueda considerarse con un alto grado de veracidad, ¿Cree usted que las páginas de Facebook tienen mayor credibilidad que los medios de comunicación originales? Con los resultados obtenidos, la mayoría asume la posición negativa, contundentemente; mientras que, la minoría asume que es posible que un fan page pueda ser más verídico que un medio de comunicación tradicional, así lo menciona en un comentario hecho por un participante de la entrevista estructurada: “en muchos casos se expresan opiniones o se dan noticias, en cuyo caso son personas con muy poco o ningún criterio para hacerlo”.

Ahora, según lo acontecido en la actualidad nacional surge la interrogante número seis, que consistía en ¿Cómo califica el rol de los fan pages de medios no tradicionales que tratan temas políticos en la sociedad costarricense? Los resultados presentaron un efecto visiblemente posible. Casi la totalidad de los consultados están de acuerdo con que el ejercicio de los fan pages, dentro del desarrollo de temas políticos, ha sido regular. Por otra parte, sorpresivamente la minoría considera que el desempeño ha sido absolutamente malo.

No obstante, para complementar esta consulta tan trascendental, se le repreguntó a los entrevistados sobre, si según lo vivido, justificara brevemente ¿Cuál es el aspecto más relevante que usted rescata de las páginas de Facebook no tradicionales que informan a la gente?

**Tabla 7: Entrevista estructurada (Pregunta 6)**

<p><b>Justifique brevemente ¿Cuál es el aspecto más relevante que usted rescata de las páginas de Facebook no tradicionales que informan a la gente?</b></p>	<p><b>Comentarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Definitivamente se han convertido en una alternativa de información para una gran mayoría.</li> <li>-Conocer el enfoque que la gente le da</li> </ul>
--	--

	<p>desde su perspectiva a la información.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Es que hay varios y en algunos no temen hablar al gobierno.</li> <li>-Rescato aquellas que fomentan la concientización, reflexión y pensamientos positivos.</li> </ul>
--	--

Nota: Elaboración propia.

El objetivo fue conocer la percepción de la gente en los temas de interés público dentro de la sociedad costarricense. El resultado abrió el portillo para comentar sobre las deducciones simples que deben quedar impregnadas en el documento, y es que, las personas consideran que la función de los fan pages como Televisión y Radio RN, han tenido un rol desacertado en cuanto a lo que han expresado sobre el Gobierno de Carlos Alvarado, 2018-2022. Asimismo, rescatan de estos canales de información que confrontan y cuestionan, así como emiten una perspectiva más desde un sujeto que forma parte de la población costarricense.

El criterio u opinión de cada persona consultada enriquece el contenido de este documento; las marchas sociales han tenido cierto ingrediente que hasta la fecha sigue causando impacto social a mediana escala; los fan page, la consulta ocho desarrollada en la siguiente interrogante, según su percepción: ¿Cuánta influencia manifiestan las páginas de Facebook informales, en las noticias diarias, con respecto al Gobierno? El balance obtenido mostró que la mayoría se inclinó a que existe mucha influencia en los temas políticos y otra regular; mientras que la minoría calificó de escaso el accionar de los fan pages, en temas del día.

El aforo de la pregunta, obtiene métricas importantes para el análisis del fenómeno, si bien es cierto, a lo largo de este apartado las personas consideran que los medios de comunicación tradicionales no son fuentes confiables, sí reconocen que en la actualidad nacional, los fan pages tienen mucha influencia en el tratamiento de los temas políticos, independientemente de que si el trato de la información es acertado o no.

La última consulta del instrumento al público que colaboró con su criterio en la presente investigación, dirigida a evaluar el conocimiento de las personas que siguen el fan

page Televisión y Radio RN; por lo tanto, se le consultó al público entrevistado ¿Cuáles son las características que lo hace sospechar de que una noticia pueda ser falsa? Según lo recaudado, la mayoría asume que la principal sospecha de una noticia falsa, es la carencia de una fuente de información confiable; mientras que las minorías consideran que existen diversas versiones o la información es imprecisa.

En la última consulta de gran trascendencia, los informantes se remiten a identificar con claridad una noticia falsa; en la actualidad las fake news, son pan de cada día. En síntesis, el resultado de las entrevistas deja conocer que ni los mismos seguidores de los fan pages en este caso, Televisión y Radio RN, confían en la información que brindan; la carencia de profesionalismo en la distribución de esta información, los criterios empleados y las fuentes, son los principales señalamientos realizados por los sujetos consultados.

**Tabla 7. Entrevista estructurada (Comentarios finales)**

<p><b>Conocimiento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La información se divulga a través de memes. No tiene una fuente oficial o fuente confiable. La información es imprecisa. Hay diversas versiones del hecho</li> <li>-La gente ha hecho oficial la información en Facebook, olvidando que ahí cualquiera Puede publicar.</li> <li>-En particularidad todo lo que se habla sobre este gobierno es pésimo y me gustan estas preguntas porque así se saben que piensan sobre los medios de comunicación y las diferentes opiniones.</li> <li>-Tiene que haber una fuente más confiable para los ciudadanos sobre noticias nacionales.</li> <li>-Las fan pages son dañinas, generan desinformación, odio y pánico en la población.</li> <li>-Son pocos los medios digitales confiables.</li> <li>-Muchas páginas no oficiales en Facebook crean confusión entre la población.</li> </ul>
----------------------------	---

Nota Elaboración propia.

A continuación, se presenta la contextualización del investigador en el porqué de la realidad aplicada a las categorías que conforman el tercer objetivo específico.

En el caso de las versiones comprobadas, los resultados obtenidos presentan una concreta percepción de lo que se ha visto en las demás categorías; es decir, la información que se relata en el fan page Televisión y Radio RN, muestra ciertas aptitudes con diferentes ídoles y formas dentro del público costarricense. Por otra parte, los resultados muestran contundencia en otros sentidos.

Pese a tener muy pocas contra versiones en sus publicaciones, como se enuncia en el análisis de resultados, no significa una negatividad del trabajo sino, más bien, que sus noticias no tienen la suficiente trascendencia a nivel nacional. En las pocas ocasiones que logró llegar a esa escala, fue desmentido por medios oficiales; sin embargo, en su público, el ente que sigue estando mal son los medios tradicionales.

La inclusión de estrategias de marketing, donde ataca con aseveraciones en algunas de sus publicaciones a figuras importantes, en relación con instituciones del periodismo como diario La Nación y Teletica, así como entes pertenecientes al sector público y por supuesto al Gobierno de la República, no busca más que centrar el foco de atención en una respuesta o intento de agrandar la imagen del fan page, como un medio intimidante. Por otra parte, en las publicaciones analizadas se encuentran retos abiertos públicamente, a figuras o bloggers que no opinan de manera similar a sus ideales.

Además, el resultado refleja que la carencia de imparcialidad no es un motivante en los medios oficiales o entes gubernamentales para desmentir las aseveraciones, que el fan page realiza en sus publicaciones, así como su aforo no es tan grande como el administrador dice tener en sus post. No obstante, algunas informaciones publicadas en su muro de Facebook, han detenido el crecimiento de la página, perdiendo seguidores.

De acuerdo con Romero (2011), citado en el marco de referencia, considera que existe una manipulación de poderes políticos para aumentar la desinformación y generar un entrevero de impacto en el área social; además, busca generar aún más especulaciones en el área de la opinión pública (p. 6). Sin embargo, en esta ocasión, se han invertido los papeles en algunas situaciones; no se puede desestimar todas las informaciones realizadas en el fan

page, sin embargo, la imparcialidad con las que son tratadas, generan un sesgo estudiado en la categoría anterior.

Por otra parte, los enfoques de terceros en el análisis, indican que la información emitida por el fan page se sustenta, en su mayoría, en comentarios propios hechos por el administrador; sin embargo, el formato emitido en dichas publicaciones, se divide en tres partes. La primera, el título de esta siempre es con respecto a una enunciación notoria, como por ejemplo, el uso de emojis con figura de sirena de ambulancia. Seguido de la noticia redactada desde el punto de vista del sujeto, cerrando la tercera parte con una muletilla donde ejemplifica que el fan page no posee influencias de terceros.

La figura que este está dando en sus publicaciones conforme al manejo de terceros, determina la inclusión de ciertos elementos que gustan tanto del administrador como del público. El discurso de oposición es esencial en la versión de la noticia, donde se ve modificada, imprecisa o subjetiva. El sesgo infundido que sería el consumo completo del contenido para que así la noticia empleada por otros medios, contenga un concepto distinto y neutro. Con respecto a lo posteado, la mayoría son ejemplificaciones de algún contenido al Gobierno gestión Alvarado Quesada 2018-2022.

Asimismo, en el caso de la categoría conocimiento, la gran utilidad del ejercicio de la entrevista estructurada, que en este caso son personas que consumen el contenido desarrollado por Televisión y Radio RN, permiten desarrollar una síntesis muy contundente, en relación con los análisis hechos en el instrumento de la presente categoría. Asimismo, las personas consideran que no pueden percibir el fan page como un medio de comunicación en el ejercicio del periodismo profesional.

Las razones son simples, estructuradas en elementos a desarrollar en el presente texto. El primero, se debe a la carencia de fuentes confiables en las publicaciones realizadas, en este tipo de canales de información; pero, esto no indica que por ello las personas que consumen el contenido, sino que, el administrador de las fan pages inconscientemente muestra su omisión de conocimiento en temas complejos de interés

público. Lo que genera que este tenga audiencia; es la cercanía que obtiene con su imagen, en relación con la población costarricense, sin importar su grado de estudio. Los temas son tratados como afectaciones y así lo hace ver a su público y este lo asimila como suyo.

Para el segundo elemento, se recuerda lo dicho por la Universidad de Massachussets, en su investigación “the spread of true news online” (2017), donde se menciona que un 70% de las noticias falsas, se divagan más rápido que cualquier otra noticia real (párr. 6). Esta cita confirma la ola de fake news o información imprecisa que la desinformación en Costa Rica. Sin embargo, el ítem que hace que esto ocurra, no es precisamente el desconocimiento de las personas que publican la información, sino aquellas que comparten un ideal negativo en común; esto genera nuevas percepciones imprecisas acerca de un hecho y es en ese punto cuando los afectados son los sujetos más vulnerables o que verdaderamente carecen de conocimiento sobre el tema.

Por último pero no menos importante, el sentimiento, aquello que destaca a Televisión y Radio RN, es el sentir o encender a los costarricenses llamando pueblo a sus seguidores. Este apartado en común, suele permitir que los criterios emitidos sin fundamento provoquen el sesgo de información, comentado en las anteriores categorías, donde este es el principal fragmento de un conjunto de elementos que suman la desinformación prevista en diferentes partes; en este caso, el aprovechamiento de turbas sociales hizo crecer el sentimiento y este aumentó los seguidores del fan page.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Por último, se dispondrá de los resultados obtenidos tras los exhaustivos análisis realizados a lo largo de los anteriores capítulos. Este apartado constará de las conclusiones y recomendaciones, que sintetizan el alcance de los objetivos de la investigación, limitaciones y propuestas, como apoyo o insumo investigativo para futuros investigadores o aficionados sobre el tema de la desinformación, a través de los fan pages, en el país de Costa Rica.

#### **Conclusiones**

A continuación, serán presentadas las conclusiones del presente documento, mediante la síntesis del análisis concretado en el capítulo anterior. Además, se otorgará una respuesta a la pregunta planteada al inicio del trabajo. Las conclusiones serán emitidas, tomando en cuenta los objetivos específicos que nos han guiado a lo largo del trabajo investigativo, culminando con la conclusión general del proceso de investigación.

- En relación con el nivel de confiabilidad de las publicaciones emitidas por el fan page Televisión y Radio RN, no muestra fuentes confiables de donde sujeta la información; por lo tanto, la mayoría de publicaciones presentadas en el fan page no son cien por ciento verídicas. Asimismo, en la minoría de ocasiones se remitió a datos de fuentes oficiales de instituciones del Gobierno, por lo cual no se puede desestimar por completo los casos en que utilizó dichas fuentes sobre las noticias publicadas.
- Con respecto a su objetividad, el contenido expuesto en el perfil Televisión y Radio RN, muestra una clara subjetividad en su emisión. El cual manifiesta una evidente percepción de oposición al Gobierno de la República de Costa Rica, gestión 2018-2022, incidiendo en criterios personales sobre cualquier iniciativa que exista de

parte de estos; y publica en formato posteo, comentarios totalmente imparciales y sin fundamentación alguna, más que su propia interpretación.

- Asimismo, el fan page, Televisión y Radio RN, funciona bajo valores anti éticos del periodismo. Carece en su totalidad de un manejo profesional y estructural en la emisión de sus informaciones. Por su forma de comunicar los hechos, omite elementos fundamentales del periodismo profesional, lo cual fundamenta al medio anti ético y en contra de los atestados profesionales, bajo los cuales se rigen los medios, en el ejercicio de la comunicación profesional.
- Por otra parte, la falta de acceso a documentos de entes estatales públicos, es un gran obstáculo en el ejercicio de los medios de comunicación oficiales para desmeritar informaciones falsas o imprecisas. Los periodos grandes de tiempo no ayudan a que los periodistas de dichos medios, puedan detener el avance de la desinformación y la propagación de los criterios encontrados en la población costarricense.
- En línea con el segundo objetivo, las estrategias de viralización, tiene una métrica representativa, Televisión y Radio RN, se basa en temáticas de índoles políticas, donde bajo comentarios personales y especulaciones sobre las noticias más relevantes del Gobierno emite la información. Asimismo, los temas tratados en el periodo de análisis establecido en el documento, como por ejemplo la Ley de Fortalecimiento a las Finanzas públicas, fue emitido bajo criterios propios y bautizado como combo fiscal.
- En los sectores públicos que consumen los fan pages como el analizado, existe un sentimiento de nacionalismo que motiva a las personas a compartir informaciones tergiversadas. Los temas que desatan este tipo de patriotismo, por lo general, se mofan de los nicaragüenses, incluso, vinculando a estos ciudadanos con los robos o asesinatos; así como los temas relacionados con la administración Alvarado Quesada 2018-2022 y lo que corresponde a la comunidad LGTBI.

- Asimismo, existe en estos fan pages, una clara intencionalidad de desmeritar el trabajo realizado por los entes gubernamentales, como parte de la viralización del contenido, se especializan en mostrar información en contra del Partido Acción Ciudadana, diputados a fines y personas con un cargo importante dentro de entes estatales.
- La estrategia más grande utilizada por los fan pages para viralizar su contenido en redes sociales, se remite a la implementación de personas, que forman grupos de interés mediante plataformas de comunicación digital como la aplicación Whatsapp, donde una vez se haya realizado una publicación en la página de Facebook, las personas que participan de estas agrupaciones, se disponen a viralizar el contenido, con el fin de hacer crecer la noticia emitida, independientemente del que tan verdadero sea su contenido.
- También, las figuras políticas que tienen alguna vinculación con el Gobierno, comunidad LGTBI y personas que no poseen la misma ideología del fan page, referente en la investigación, son esenciales en la generación de contenido para la masificación del público. Dentro de las principales figuras atacadas, es el Presidente de la República, gestión 2018-2022, donde se le achaca cualquier situación negativa que suceda en el país.
- El público de Televisión y Radio RN no concibe a la página de Facebook, como un medio de comunicación. Asimismo, sí lo reconocen como un canal alternativo de información que ayuda a asimilar la información, desde otra perspectiva. La falta de dirección profesional sobre las publicaciones de las informaciones, los criterios emitidos y la nula presencia de parcialidad, son los principales argumentos.
- Asimismo, la mayor parte de los costarricenses sabe cuándo una noticia es falsa y cuándo no. La presencia de fuentes oficiales, es la principal defensa de los costarricenses, ante las desinformaciones digitales que rondan las redes sociales.

- En relación con el objetivo general sobre la influencia de Televisión y Radio RN en las manifestaciones sociales de agosto del 2018 a agosto del 2019, se puede catalogar, que según lo estudiado, la incidencia de dicho fan page, se ha adjudicado más en el énfasis del discurso, que en la convocatoria de costarricenses a los eventos masivos. Pero, dicho accionar, mantiene viva la llama mediante alianzas con los sindicatos, por lo tanto, la página de Facebook ha tenido una incidencia parcial sobre la comunidad costarricense, pero no una significativa.

### **Recomendaciones**

De acuerdo con lo estipulado en las conclusiones de la presente investigación, se procederá a realizar las recomendaciones a sujetos involucrados y por supuesto, distintos entes que conforman parte esencial de la problemática, que sin duda puede representar una mejoría considerable en un futuro cercano.

#### **Al fan page Televisión y Radio RN y demás páginas de facebook de oposición política:**

- Se les recomienda suscribirse a la base de datos de los diferentes entes estatales del sector público, con el fin de que refuerce la información y genere fuentes de primera categoría, sin obviar, las fuentes presenciales de primera mano, para que estas otorguen mayor credibilidad a su contenido.
- Además, se les recomienda emplear asesorías con un profesional de la comunicación periodística, para emitir un punto más neutral a la hora de realizar publicaciones, sobre temas de interés público y no dejarse llevar por sentimentalismos que lo hagan entrar en subjetividades.
- Asimismo, se les recomienda buscar un manejo profesional en torno al elemento estructural, con respecto a la forma en que se publica la información. Esto, con el fin de omitir los comentarios y opiniones propias.

#### **A las instituciones del Estado costarricense:**

Se les recomienda emplear un mecanismo donde las informaciones solicitadas tengan un plazo más corto de lo que actualmente se emplea (una semana). Asimismo, también una apertura correcta de información pública, a los ciudadanos costarricenses que la soliciten.

#### **A los futuros periodistas:**

- Se les recomienda, nunca olvidar que la neutralidad es parte fundamental del ejercicio del periodismo profesional. A pesar de que esto va con la ética de cada individuo, no se debe utilizar un canal de información para crear especulaciones sobre diferentes temas, sin ningún tipo de argumentación.
- Además, se les recomienda adaptarse a la ideología del medio de comunicación en el que van a laborar, o, generar una posición ante los temas de interés público, en caso de formar un nuevo medio de comunicación. La razón es dejar que sean las personas quienes decidan y expresen su sentir ante las adversas situaciones sociales.
- Por otra parte, se recomienda siempre corroborar con expertos en el área de los temas que tengan relación con las propuestas de Ley, hechas por los diputados de la República o Poder Ejecutivo, con el fin de mostrar una realidad más acertada de estos; no confundir ni tergiversar la información y evitar turbas sobre la realidad actual.
- También, se recomienda profundizar en las animadversiones planteadas sobre las estrategias de viralización, comprendidas en el ejercicio de las nuevas modalidades de diversificación de los contenidos en los fan pages. Esto es necesario, debido a que el fenómeno seguirá evolucionando y cambiando con los años.

#### **A las personas afectadas y público en general:**

- Se les recomienda tomar las medidas legales correspondientes, en caso de que sean víctimas de la desinformación. Uno de los principales elementos de la viralización de fake news, son las pocas represalias que los empleadores de estos contenidos tienen en el futuro.

- Asimismo, se le recomienda a los ciudadanos que consumen información, mediante las redes sociales, informarse solo por medios nacionales con trayectoria o en las páginas oficiales de los entes estatales, que son quienes se encargan de manejar la información correcta en el país.
- También, se le recomienda a los ciudadanos en general, corroborar las noticias mediante las fuentes que estas presentan. Es un sano ejercicio que debe mantenerse dentro de la sociedad costarricense, ya que es parte fundamental para combatir la desinformación generada en el día a día.
- Por último, se le recomienda a la sociedad costarricense que es usuario de Facebook, edificarse en temas de interés público, que es la principal arma en contra de la manipulación, tergiversación y creación de noticias falsas. Asimismo, se recomienda asimilar cuando los criterios son parte de un discurso sin fundamento, mediante el conocimiento de las leyes, funciones y hechos de diferentes fuentes sobre entes y figuras del sector público.
- Por otra parte, se insta a la ciudadanía a denunciar los hechos de fake news, en pro de combatir la desinformación con conocimiento de causa, sobre algún individuo que incurra en la difusión con sentido negativo a base de incongruencias o mentiras. Esto ayudará a erradicar la desinformación, aun de las redes sociales del país.
- En consideración con la Universidad Internacional de las Américas, se le recomienda infundir en sus estudiantes formas y técnicas para combatir la desinformación en redes sociales, así como fortalecer el desarrollo acertado en la utilización de las fuentes fidedignas para la desacreditación de las noticias falsas o modificadas, a conveniencia de grupos en común.
- Finalmente, también se le recomienda a la Universidad Internacional de las Américas, incluir dentro de su formación educativa profesional, las formas de actuar del periodista cuando instituciones públicas niegan información, los procesos que

conlleva y la forma eficaz de obtenerla. Con el fin de darle un plus extra en la enseñanza a los profesionales de la comunicación que son egresados de la UIA.

## Referencias

Alvarado, Ali, Burgos y Magaly (2017). Influencia de las publicaciones del FAN PAGE de SOL TV en Perú, en la formación de la opinión pública durante los eventos del niño costero 2017

Barredo, Oller y Hernández (2015). Análisis de contenido informatizado para las aproximaciones al concepto de objetividad de los profesionales de la información de la cultura periodística de España

Recuperado de: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/abra/article/view/6478/6762>.

Capilla (2014). El debate epistemológico en el periodismo informativo realidad y verdad en la información

Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/287466/Tesis%20Doctoral%20Pablo%20Capilla%20Garc%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo González María del (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatirla desinformación

Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/70265>

Christian Alexander Martínez-Guerrero (2017). Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela

Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/28104>

Cruz Romero (2018). Gobernanza digital: Un análisis de propuestas para Costa Rica

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29808>

Cortés, Isaza (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación.

Recuperado de: <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>

Crhoy.com (2019) Educación dual, ¿Cuáles son sus beneficios y cómo funcionará?

Recuperado de: <https://www.crhoy.com/nacionales/educacion-dual-cuales-son-sus-beneficios-y-como-funcionara/>

CrHoy.com (2019). Gobierno pretendía dismantelar la CNFL y desvincular centro neurálgico de electricidad del ICE.

Recuperado de: <https://www.crhoy.com/nacionales/dos-sindicatos-del-ice-convocan-a-paro-basandose-en-informacion-falsa/>

Domínguez Pozos (2016). Redes sociales digitales y juventud universitaria: Un tema emergente en investigación educativa. Recuperado de:

<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/9340>

ElMundo.cr (2019). Carlos Alvarado recibe a estudiantes de colegio que se manifestaban afuera de Casa Presidencial

Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/costa-rica/carlos-alvarado-recibe-a-estudiantes-de-colegio-que-se-manifestaban-afuera-de-casa-presidencial/>

ElMundo.cr (2019) Formación y educación dual reducirá desempleo entre jóvenes, señala Uccaep.

Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/costa-rica/formacion-y-educacion-dual-reducira-desempleo-entre-jovenes-senala-uccaep/>

ElPaíz.cr (2018). Sindicatos dejan plantado a Ministro del MEP en reunión prevista para este lunes

Recuperado de: <https://www.elpais.cr/2018/11/05/sindicatos-dejan-plantado-a-ministro-del-mep-en-reunion-prevista-para-este-lunes/>

Frederick de Backer (2019). Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI

Heredia y Regalado (2017). Análisis de contenido de la página de facebook de la empresa ad y l consulting 2016

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación

Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Javier Barrio (2017). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España.

Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/83598774.pdf>

La Nación (1996). Especial 50 años

Recuperado de: <http://www.nacion.com/huellas/huellas.html>

La Nación (2019). #NoComaCuento: Estudiantes que se reunieron con Carlos Alvarado no son hijos de funcionarios de Casa Presidencial  
#NoComaCuento: Estudiantes que se reunieron con Carlos Alvarado no son hijos de funcionarios de Casa Presidencial

Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/nocomacuento-estudiantes-que-se-reunieron-con/VBQZDY4DZRBGNFZW2XHUQKZFNE/story/>

La Nación, #NoComaCuento (2019). La imagen empleada pertenece, realmente, a un concierto de punk realizado en Sabanilla de Montes de Oca hace más de dos años (2016). Los implicados en la quema no eran nicaragüenses

LaRepublica.net (2019). Educación dual mejora empleo juvenil

Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/educacion-dual-mejora-desempleo-juvenil>

LaRepublica.net (2019). Eurobonos le dan tranquilidad a empresas, hogares y Gobierno

Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/eurobonos-le-dan-tranquilidad-a-empresas-hogares-y-gobierno>

LaRepublica.net (2019). Gobierno pide cuentas a Albino Vargas por "difundir" noticias falsas a través de estudiantes y redes sociales

Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/gobierno-pide-cuentas-a-albino-vargas-por-difundir-noticias-falsas-a-traves-de-estudiantes>

Lope, Lazo y Gabelas (2018). Periodismo de datos

Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/324774920\\_Prologo-Investigaciones\\_en\\_datificacion\\_de\\_la\\_era\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/324774920_Prologo-Investigaciones_en_datificacion_de_la_era_digital)

Manuel del Fresno (2018). Desinformación, utilidad política y libre elección

Recuperado de: [https://elpais.com/elpais/2018/06/05/opinion/1528220679\\_881270.html](https://elpais.com/elpais/2018/06/05/opinion/1528220679_881270.html)

Martínez (2006). Los conceptos de conocimiento, epistemología y paradigma, como base diferencial en la orientación metodológica del trabajo de grado

Miranda Bonilla (2016). El acceso a internet como derecho fundamental

Nicolás (2018). Maestría de Periodismo y Medios de Comunicación

Partido Acción Ciudadana (2018). Comunicado: Rechazado a huelga convocada con mentiras y desinformación

Recuperado de: <https://pac.cr/rechazo-a-huelga-convocada-con-mentiras-y-desinformacion/>

Pilar Cisneros (2018) Entrevista en el programa De Cerca y Personal con Fabián Zolo.

RAE (2019). Definición de Cultura

Recuperado de: <https://dle.rae.es/cultura>

Roberto Castro (2017). Gobernanza digital en Costa Rica, un análisis de propuestas

[http://www.prosic.ucr.ac.cr/sites/default/files/recursos/final\\_informe\\_prosic\\_2018](http://www.prosic.ucr.ac.cr/sites/default/files/recursos/final_informe_prosic_2018).

Rosa Rodríguez (2016). Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita

Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068700>

Rodríguez Arrocho (2018). Herramientas culturales y transformaciones mentales: Las tecnologías de la información y la comunicación en perspectiva histórico-cultural

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/325331420\\_Herramientas\\_culturales\\_y\\_transformaciones\\_mentales\\_Las\\_tecnologias\\_de\\_la\\_informacion\\_y\\_la\\_comunicacion\\_en\\_perspectiva\\_historico-cultural](https://www.researchgate.net/publication/325331420_Herramientas_culturales_y_transformaciones_mentales_Las_tecnologias_de_la_informacion_y_la_comunicacion_en_perspectiva_historico-cultural)

Romero (2014). Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/275016528\\_Pragmatica\\_de\\_la\\_desinformacion\\_Estrategias\\_e\\_incidencia\\_de\\_la\\_calidad\\_informativa\\_de\\_los\\_medios](https://www.researchgate.net/publication/275016528_Pragmatica_de_la_desinformacion_Estrategias_e_incidencia_de_la_calidad_informativa_de_los_medios)

Rosas (2012). La ética de la confianza en el periodismo digital

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5837627>

Rivera Costales (2018). El periodismo de datos: Una alternativa al fortalecimiento del periodismo digital en el Ecuador

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=221260>

Sala Constitucional (2019). Resolución de las sentencias 2019-15038 y 2019-15039.

Shelly Banjo (2019). Facebook, Twitter and the Digital Disinformation Mess

Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/business/facebook-twitter-and-the-digital-disinformation-mess/2019/10/01/53334c08-e4b4-11e9-b0a6-3d03721b85ef\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/facebook-twitter-and-the-digital-disinformation-mess/2019/10/01/53334c08-e4b4-11e9-b0a6-3d03721b85ef_story.html)

Suárez Villegas (2014). La verdad informativa como garantía del periodismo de calidad

Ocampo Villegas (2017). Ciberperiodismo en evolución

Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/312397689\\_Ciberperiodismo\\_en\\_evolucion](https://www.researchgate.net/publication/312397689_Ciberperiodismo_en_evolucion)

Omar Rojas, (2012). La ética de la confianza en el periodismo digital

Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5837627>

Organización Mundial de los Derechos Humanos (1948). Artículo 19

Recuperado de <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Universidad de Costa Rica (2015). Las redes sociales como instrumentos de poder: su influencia en la toma de decisiones

Villalta Esther (2017). Mediación sectorial y digitalización

Yilin D. (2014). La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital.  
 Universidad Autónoma de Barcelona, España

## Apéndices

### Apéndice A: Modelo de Entrevista I

1. ¿Qué motiva a las personas a viralizar el contenido de Televisión y Radio RN de Facebook?
2. ¿Cómo se estima el nivel de confiabilidad de un medio de comunicación y por qué no se puede considerar el mismo nivel de confiabilidad a una fan page?
3. ¿Cree usted que los fan pages fueron promotores grandes de las huelgas del 2018-2019?
4. ¿Cuál es la estrategia que ha observado usted que utiliza Televisión y Radio RN, para divulgar los fake news o información imprecisa? ¿Cuál es su estructura?
5. ¿El conocimiento del público que son participes del crecimiento de los fan pages como Televisión y Radio RN, son un elemento clave en la desinformación viralizada por estos medios?
6. ¿Considera que el fan page dé información imprecisa sobre temáticas gubernamentales? ¿Por qué?
7. ¿Con qué posición se le puede catalogar a la página Televisión y Radio RN dentro de las métricas políticas del país?
8. ¿Cómo se puede utilizar las fuentes oficiales para desmeritar los fan pages que difunden información imprecisa o falsa?

### Apéndice B: Modelo de Entrevista II

1. ¿Qué motiva a las personas a viralizar el contenido de Televisión y Radio RN de Facebook?
2. ¿Cómo se estima el nivel de confiabilidad de un medio de comunicación y por qué no se puede considerar el mismo nivel de confiabilidad a una fan page?
3. ¿Con qué posición se le puede catalogar a la página Televisión y Radio RN dentro de las métricas políticas del país?

4. ¿Cuáles son las posibles razones por las que los fan pages atacan al Gobierno de Carlos Alvarado?
5. ¿El conocimiento del público que son partícipes del crecimiento de los fan pages como Televisión y Radio RN, son un elemento clave en la desinformación viralizada por estos medios?
6. ¿Considera que el fan page dé información imprecisa sobre temáticas gubernamentales? ¿Por qué?
7. ¿Cuáles son las posibles razones para que los fan pages ataquen al Gobierno de Carlos Alvarado?
8. -¿Considera que los fan pages son promocionados por políticos? ¿Por qué?

### **Apéndice C: Modelo de Entrevista III**

1. ¿Qué motiva a las personas a viralizar el contenido de Televisión y Radio RN de Facebook?
2. ¿Cómo se estima el nivel de confiabilidad de un medio de comunicación y por qué no se puede considerar el mismo nivel de confiabilidad a una fan page?
3. ¿Cree usted que los fan pages fueron promotores grandes de las huelgas del 2018-2019?
4. ¿Con que posición se le puede catalogar a la página Televisión y Radio RN dentro de las métricas políticas del país?
5. ¿El conocimiento del público que son partícipes del crecimiento de los fan pages como Televisión y Radio RN, son un elemento clave en la desinformación viralizada por estos medios?
6. ¿Considera que el fan page dé información imprecisa sobre temáticas gubernamentales? ¿Por qué?
7. ¿Cómo se puede utilizar las fuentes oficiales para desmeritar los fan pages que difunden información imprecisa?
8. ¿Qué impacto tiene los fan pages en la sociedad costarricense?

### Apéndice D: Modelo de Entrevista Estructurada

1. ¿Cómo cataloga el funcionamiento de una página de Facebook “no oficial” como un medio de comunicación?
  - a. Es un canal de información válido.
  - b. Ayuda a conocer los temas de distintas maneras.
  - c. Es la mejor manera de informarse tal como presenta el contenido.
  - d. No lo veo como un medio de comunicación.
  - e. Otra
    - i. Justifique su respuesta
2. ¿Usted se informa a través de algún medio no formal de comunicación como un perfil en Facebook?
  - a. No
  - b. Sí
    - i. Si marcó sí, ¿Cuál fan page frecuenta? Si su respuesta fue no, justifique brevemente.
3. ¿Considera que la información emitida en los fan pages es suficientemente confiable?
  - a. No
  - b. Sí
    - i. ¿Por qué?
4. ¿Cree usted que las páginas de Facebook tienen mayor credibilidad que los medios de comunicación tradicionales?
  - a. No
  - b. Sí
    - i. ¿Por qué?
5. ¿Cuáles elementos considera indispensables para que una noticia sea veraz y usted la comparta?
  - a. Fuentes oficiales
  - b. Balance entre posiciones

- c. Que sea de un medio formal
  - d. Que sea muy compartida
  - e. Que me la haya enviado un familiar o un amigo de confianza
  - f. Otra
    - i. ¿Por qué?
6. ¿Cómo califica el rol de los fan pages de medios no tradicionales que tratan temas políticos en la sociedad costarricense?
- a. Buena
  - b. Regular
  - c. Mala
    - i. ¿Por qué?
- 6.1 Justifique brevemente, ¿cuál es el aspecto que usted rescata de las páginas de Facebook no tradicionales, que informan a la gente?
7. Según su percepción, ¿Cuánta influencia manifiestan las páginas de Facebook informales, en las noticias diarias con respecto al Gobierno?
- a. Mucha
  - b. Poca
  - c. Nada
    - i. ¿Por qué?
8. ¿Identifica usted cuando una noticia es falsa?
- a. No
  - b. Sí
    - i. ¿Por qué?
9. ¿Cuáles son las características que lo hace sospechar de que una noticia es o puede ser falsa?
- a. La información se divulga a través de memes
  - b. No tiene fuente oficial o confiable
  - c. La información es imprecisa
  - d. Hay diversas versiones del hecho

e. Otra

## 10. Comentarios finales

**Apéndice E: Modelo de Matriz de Análisis de Contenido**

<b>Matriz Análisis de Contenido</b>		
<b>Ficha # análisis de documento de la muestra</b>		
<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Sí / No</b>	<b>DETALLE</b>
Publicación		
Sinopsis		
Argumentación		
Comentario en contra		
Fecha		
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Veracidad</b>		<b>Redes sociales (Fan page)</b>
Fuentes		
Transmisión en vivo presentada por la persona		
Video		
Imagen		
Post propio		
Post compartido desde otro fan page o medio de comunicación.		
<b>Estrategias de viralización</b>		

Lenguaje ofensivo		
Intencionalidad o interés		
Temas políticos con referencia al Gobierno		
Compartidos		
Reacciones		
Comentarios		
<b>Versiones comprobadas</b>		
Contra versión		
Enfoques de terceros		
Versión de algún ente público sobre esta publicación.		
<i>Elaboración propia</i>		