

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS**

**AMÉRICAS**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MICRO BLOGS**

**“TOME PAL PINTO”, “EL MAECR” Y “EL INFIERNO**

**EN COSTA RICA”, COMO MODALIDAD DE**

**PERIODISMO CIUDADANO, SOBRE SUS SEGUIDORES**

**EN REDES SOCIALES, DURANTE EL PERIODO**

**ENERO-SETIEMBRE DEL AÑO 2017**

**ANA LUCÍA ZAMORA MORA**

**SAN JOSÉ, NOVIEMBRE, 2017**

## Tabla de contenidos

Agradecimientos .....	3
Revisión filosófica .....	¡Error! Marcador no definido.
Declaración Jurada .....	¡Error! Marcador no definido.
Resumen Ejecutivo .....	14
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	15
<b>Planteamiento del problema</b> .....	15
<b>Objetivo general</b> .....	17
<b>Objetivos específicos</b> .....	17
<b>Justificación</b> .....	17
<b>Antecedentes</b> .....	19
<b>Investigaciones nacionales</b> .....	20
<b>Investigaciones y tesis internacionales</b> .....	22
<b>Proyecciones</b> .....	24
<b>CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	26
<b>Redes Sociales</b> .....	26
<b>Tipos de redes sociales</b> .....	28
<i>Herramientas de Facebook.</i> .....	29
<b>Estructura de los micro blogs y páginas web</b> .....	30
<b>Página Web</b> .....	30
<i>Elementos de una página web.</i> .....	31
<i>Herramientas para crear una página web.</i> .....	31
<b>Blogs digitales</b> .....	31
<i>Características de los blogs digitales.</i> .....	31
<i>Tipos de blogs.</i> .....	32
<i>Presencia en RRSS (redes sociales).</i> .....	32
<i>Las plataformas digitales gratuitas.</i> .....	32
<b>Medios de comunicación digitales formales</b> .....	34
<b>Tipos de medios digitales</b> .....	34
<i>Los new media.</i> .....	34
<i>Ejemplos de new media en Costa Rica.</i> .....	35
<i>Los new media: La mediamorfosis.</i> .....	36
<i>Los mediamorfosis en Costa Rica y ejemplos.</i> .....	36

Percepción .....	37
Objetividad .....	38
Credibilidad en las noticias digitales .....	39
Veracidad .....	42
Ética .....	43
Manual del estilo de prensa escrita .....	45
Tipos de lectores o usuarios .....	46
<i>Tipos de usuarios.</i> .....	47
No profesionales en periodismo.....	48
Periodismo alternativo .....	48
Periodismo participativo.....	50
Periodismo ciudadano.....	50
Enfoque de la investigación .....	53
Enfoque cuantitativo .....	53
Enfoque cualitativo.....	54
<i>Diferencias entre enfoque cuantitativo y cualitativo.</i> .....	55
Enfoque mixto.....	56
Diseño de investigación .....	57
Métodos de investigación .....	58
Método deductivo .....	58
Método inductivo.....	58
Población y muestra .....	58
Variables de investigación .....	60
Instrumentos de la investigación.....	62
Análisis de contenido.....	62
Entrevistas de profundidad .....	64
Sondeo .....	66
Proceso de recolección de datos .....	67
Sujetos .....	68
Fuentes.....	69
Tipo de Investigación .....	69
Experimental.....	69

<b>No experimental</b> .....	70
<b>Métodos de análisis</b> .....	70
<b>Paradigma positivista</b> .....	71
<b>Paradigma naturalista</b> .....	71
<b>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	72
• Interacción y credibilidad.....	72
• Ética.....	72
• Objetividad.....	72
<b>Categoría 1. Estructura informativa y visual</b> .....	73
<b>El MaeCR</b> .....	73
<i>Redacción y ortografía.</i> .....	74
<i>Lenguaje.</i> .....	75
<i>Fuentes</i> .....	75
<i>Multimedia y enlaces externos.</i> .....	75
<i>Títulos/ entradas.</i> .....	76
<i>Personalidad.</i> .....	76
<i>Periodicidad.</i> .....	76
<b>Tome Pal Pinto (Tpp)</b> .....	76
<i>Redacción y ortografía.</i> .....	77
<i>Lenguaje.</i> .....	77
<i>Fuentes</i> .....	78
<i>Aplicaciones multimedia.</i> .....	78
<i>Títulos/ entradas.</i> .....	79
<i>Enlaces externos.</i> .....	79
<i>Personalidad.</i> .....	79
<i>Periodicidad.</i> .....	80
<b>Categoría 2. Apreciación de las páginas según usuarios</b> .....	80
<b>Edad y género</b> .....	80
<b>Frecuencia de visitas</b> .....	80
<b>Interés de los usuarios</b> .....	81
<b>Percepción de los usuarios</b> .....	82
<b>Categoría 3. Contenido de las publicaciones y reacciones</b> .....	86

<i>Interacción y credibilidad</i> .....	86
<i>Veracidad</i> .....	87
<i>Ética</i> .....	87
<i>Objetividad</i> .....	88
<i>Versatilidad</i> .....	88
<i>Publicidad</i> .....	88
<i>Interacción y credibilidad</i> .....	89
<i>Ética</i> .....	90
<i>Objetividad</i> .....	90
<i>Versatilidad</i> .....	91
<i>Publicidad</i> .....	91
<b>El Infierno en Costa Rica</b> .....	91
<b>Categoría 4. Contenido catalogado o no como periodismo ciudadano</b> .....	93
<b>Periodismo ciudadano o no</b> .....	99
<b>Categoría 5. Recomendaciones para hacer un buen medio digital</b> .....	100
<b>Preparación</b> .....	100
<b>Innovación y constancia</b> .....	101
<b>Pasión</b> .....	102
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES</b> .....	103
<b>Guía para un buen medio digital</b> .....	110
<b>REFERENCIAS</b> .....	129

## Tablas

Tabla 1. Evolución de las RRSS (redes sociales).....	23
Tabla 2. Características del periodismo alternativo.....	56
Tabla 3. Diferencias de los enfoques.....	64
Tabla 4. Variables de investigación.....	94
Tabla 5. Entrevistados de profundidad.....	53
Tabla 6. Intereses en las publicaciones.....	74
Tabla 7. Opiniones sobre veracidad.....	75

## Figuras

Figura 1. Tipos de diseños no experimentales.....	67
Figura 2. Aportes para un mejor contenido.....	93
Figura 3. Recomendaciones.....	94

## **Resumen Ejecutivo**

La era digital ha logrado que muchas áreas cambiaran gracias a su rápida introducción en la sociedad. Para el periodismo no fue la excepción y con esto se han creado un alto nivel de espacios informativos creados por personas desconocidas.

El objetivo de la presente investigación es analizar tres espacios de entretenimiento, así como identificar si muestran características de periodismo ciudadano. Para esto se llevaron a cabo entrevistas de profundidad, análisis de contenido y un pequeño sondeo cualitativo para conocer cada una de las categorías en estudio.

Con esto se logró conocer la interactividad, la percepción y las opiniones de los usuarios que conocen estas páginas con el fin de entender el gusto por ellas.

Además, se logró identificar carencias éticas, de estructura y de contenido, logrando evidenciar que se necesita un conocimiento para llevar a cabo la comunicación digital. De la misma forma, se demuestra que la multimedia utilizada es mal manejada.

Se logró confeccionar una guía para que, personas estudiadas en comunicación o no, tengan una base para llevar a cabo un espacio democrático y ético que beneficie a la población costarricense en el área informativa.

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

A lo largo de la historia, el periodismo ha sufrido cambios en su forma de transmisión y en su contenido, apoyándose en la era digital y la tecnología. Los medios tradicionales buscan la forma de sumergirse en redes sociales con el fin de llegar a su público meta que está migrando a la facilidad de encontrar información con un clic.

La parte positiva en la relación entre periodismo y redes sociales es que se convierte en una herramienta útil para los nuevos comunicadores, por el contrario, en la parte negativa, hay una gama de noticias que cumplen el objetivo de ser virales no reales, por lo que pierde formalismo y credibilidad.

Las noticias que son publicadas en internet deben tener la misma ética que cualquier otro medio de comunicación. Sin embargo, hay cierta ignorancia sobre redacción, análisis, utilización de las fuentes de la noticia y respuesta al usuario. De la misma forma, el lector puede brindar su opinión con la ética y respeto debido.

El periodismo ciudadano enlazado con el internet se convirtió en un aliado para los que buscan comunicar hechos de relevancia para ellos mismos y que, en los medios de comunicación no son parte de la sala de redacción. Sin embargo, el manejo de las fuentes y de la veracidad no se está llevando a cabo de la mejor forma.

En las plataformas digitales se identifica que el periodismo ciudadano está sufriendo un cambio. La audiencia no se conforma con dar su opinión; ahora publica sus propias noticias, vídeos y fotos de lo que acontece a su alrededor ganando primicia a los medios de comunicación formales.

A continuación, se investigará sobre las variables que hacen que el contenido noticioso de ciertos micro blogs sea popular entre la población costarricense y qué impacto produce en sus seguidores.

### **Planteamiento del problema**

Las páginas de entretenimiento o micro blogs son visitadas, leídas y compartidas por gran número de costarricenses por las noticias que publican.

Una página de Facebook y ahora sitio web conocida como “Tome pal pinto” muestra noticias de contenido light a sus seguidores, con fuentes personales, pero carentes de declaraciones secundarias y que, les hace falta el “feedback” para llegar a la objetividad.

Así mismo, la página de entretenimiento “el MaeCR” ha creado un espacio de chota en el acontecer nacional y se ha prestado para publicar material privado. Sin embargo, las consecuencias hacia sus actos son mínimas.

Otro ejemplo de blog es “El Infierno en Costa Rica” que muestra denuncias sobre situaciones vividas con empresas públicas y privadas, durante el tránsito de las calles y otras particularidades en el país. Ciertas denuncias realizadas en este sitio han llegado al Poder Judicial para su correcta investigación, por el contrario, otras han sido criterios sin pruebas suficientes.

Ante este tipo de sitios que tienen popularidad se crean varias interrogantes para la investigación:

¿Qué interacción tienen con sus seguidores? ¿Su material es de interés público? O bien, ¿cuáles la veracidad de los hechos que relatan?

¿Son Los encargados de dichos sitios profesionales en periodismo o comunicación?

¿Contrastan fuentes o carecen de ellas?

¿Puede llegar se a compararlos con algún medio de mayor experiencia y mayor formalidad?

¿Se está creando una sociedad mal informada? O ¿se está creando una sociedad con ganas de informar?

¿Cuál es la intencionalidad de sus autores de crear esos sitios?

En esencia, ¿qué aportes hacen desde lo sociopopular, político, ambiental y de valores culturales?

¿Cuál es la percepción de las personas que les siguen?

De acuerdo con los preceptos del periodismo ciudadano, ¿se podría enmarcar el contenido de estos blogs y páginas web como periodismo ciudadano?

El desarrollo de las plataformas digitales ha logrado la facilidad para que la sociedad cree sus propias páginas de contenido. La veracidad, verificación de datos y profundidad del tema son

aspectos que forman parte de la creación de una noticia. Se investigará si realmente se está haciendo en las páginas digitales citadas anteriormente.

Otro factor que ha impulsado la facilidad es la utilización constante de los teléfonos inteligentes (smartphones). Los dispositivos permiten descargar aplicaciones para ingresar a distintas páginas digitales, esto permite que en cualquier lugar pueden revisarse e interactuar sin necesidad de un computador y de la misma forma lograr subir y revisar contenido en tiempo real.

### **Objetivo general**

Analizar el impacto de los micro blogs “Tome pal Pinto”, “El MaeCR” y “El infierno en Costa Rica”, como posible modalidad de periodismo ciudadano, sobre sus seguidores en redes sociales, durante enero-setiembre del año 2017.

### **Objetivos específicos**

- Estudiar la estructura de las páginas o micro blogs Tome pal Pinto, El infierno en Costa Rica y el MaeCR.
- Determinar la percepción e interacción de los usuarios que visitan y opinan en los sitios mencionados.
- Indagar acerca del contenido de los aportes que hacen los blogs desde lo sociopopular, político, ambiental y de valores culturales.
- Determinar si los aportes y el contenido de estos blogs pueden enmarcarse como periodismo ciudadano
- Elaborar una guía con contenidos y estructura base para diseñar blogs con enfoque de periodismo ciudadano.

### **Justificación**

La presente investigación pretende analizar carencias o intereses de los costarricenses en dichas páginas. Además, del contenido viral, su inmediatez y su confiabilidad en términos de contrastación de fuentes y el profesionalismo en la utilización adecuada del lenguaje y géneros periodísticos.

Según Meso (2013) “en la nueva sociedad de redes, cada individuo es un ‘periodista’ en potencia, una peculiaridad que los medios tratan de alentar” (p. 66).

Con esto nace la inquietud de utilizar las plataformas digitales para mantenerse informados sobre los temas de interés. Diversos medios han impulsado ese pequeño poder a los ciudadanos con la facilidad de aplicaciones multimedia (fotografías, vídeos, enlaces en directo, entre otros).

En cuanto a lo anterior, Meso (2013), citando a Rost (2010), indica que “La duda está en saber si pueden todas esas contribuciones de las audiencias llamarse “periodismo” y qué contribuciones tendrían cabida bajo el manto de ese término” (párr. 23).

Para efectos de esta investigación se comprobará si el trabajo de las páginas puede calificarse como periodismo y, de ser así, qué tipo de información sería.

Además, se investigará si verdaderamente se necesita de un profesional en periodismo para publicar noticias, contenido informativo y multimedia en cada una de las publicaciones seleccionadas en cada sitio.

Otro aspecto de comprender en esta investigación es el término de controversia de la inmediatez, que según Romero (1976) “...en un contexto de crisis de los medios –económica y de credibilidad– y mientras las plantillas de las empresas menguan cada mes, la aspiración de la inmediatez como seña de identidad es, cuando menos, peligrosa” (p. 11).

La competencia por la primicia es la causa de que la inmediatez se convierta en un aspecto más importante que la veracidad de lo escrito.

Uno de los motivos que llevó a cabo a abrir la investigación es determinar la credibilidad por parte de usuarios en estas noticias, el tipo de profundidad y cómo se muestran los acontecimientos, aspectos que van a analizarse. Además, pretende indagarse en el impacto y el poder de influencia que tienen estos micro blogs sobre la población costarricense.

Según Gronemeyer (2006) “...quienes operan los blogs se han encargado de instalar en el ámbito público la discusión sobre el futuro del periodismo; sobre cómo el concepto vigente debería ser reemplazado o inseparablemente acompañado de lo que llaman “periodismo ciudadano” (p. 23).

Los escritores en blogs (conocidos como blogueros) buscan escribir contenido de su interés y de un grupo limitado de personas con temas específicos, esto, frente a un periodista lo impone para colocarse en un nicho establecido.

Pretende conocer la verdadera situación de los contenidos periodísticos de los medios de comunicación, la intervención de la publicidad y como modelo de negocio.

### **Antecedentes**

El blog nació hace 16 años con el debate de dos personas. El primero fue Justin Hall, un estudiante de la Universidad de Swarthmore que creó links.net en 1994. Su contenido era personal y, a veces, noticioso, pero no era el objetivo. (Pardilla, 2015, párr. 5).

En 1997, Dave Winner y su blog Scripting News muestra contenido político y de tecnología, cargado de contenido llamativo para sus seguidores y dejando de lado la parte personal. Además, tiene un diseño parecido al actual de un blog. (Pardilla 2015, párr. 7).

A partir de este momento, los blogs se convierten en esos espacios para revisar contenido relevante según los grupos de interés. Poco a poco los usuarios pasan de ser lectores pasivos a escritores y tener variedad de temas en internet.

Según Pardilla (2015) "...la palabra "blog" es una contracción de las palabras "web log" del idioma inglés, en español significa bitácora web" (párr.7). Poco a poco, la palabra se va popularizando y adaptando al español hasta convertirse en "bloguero".

Los blogueros no tienen un perfil en espacial para ser descritos, aunque siempre existió un estereotipo sobre personas jóvenes con inclinaciones políticas y amplios conocimientos en tecnología

Según la Fundéu de la BBVA (2015):

Se han asentado en español derivados como bloguero (ya incluida el Diccionario académico como 'persona que crea o gestiona un blog'), bloguear ('escribir en un blog') y blogosfera (término que hace referencia al 'conjunto de los blogs'), que proceden, a su vez, de las voces inglesas blogger, to blog y blogosphere, respectivamente. (párr. 4).

Entre otros términos añadidos en la Real Academia Española se incluye el microblogueo, vídeoblog, vídeobloguero como fundamentos para referirse sobre la misma temática. Esto indica que en el idioma español se vio necesario añadir dichas palabras para referirse correctamente a los conceptos ya que son utilizados en los países de habla hispana.

### **Investigaciones nacionales**

Una de las causas de que los ciudadanos estén al tanto de estos medios y tengan mayor interacción son la accesibilidad y el uso de dispositivos móviles con el servicio de internet.

En el informe hacia la Sociedad de la Información y el conocimiento se determina el uso frecuente de los dispositivos con internet, principalmente en móviles.

Cruz, Amador, Núñez, Quirós, Valverde y Cuevas (2016) citan lo siguiente:

Es visible que casi la totalidad de los adultos encuestados tiene un teléfono celular, principalmente tipo Smartphone, lo cual permite pensar en su necesidad de conectividad móvil. Si bien es cierto, la intensidad del uso de Internet diario es muy alta, la disposición al uso generalizado del teléfono inteligente lo convierte en el dispositivo de mayor acceso, al ser probablemente una herramienta personal de necesidad primordial en la cotidianidad. (p. 135).

El uso frecuente en los adultos de sus teléfonos móviles, principalmente, muestra la constante interacción que pueden tener en las aplicaciones de su preferencia y en el interés por mantenerse al tanto del acontecer nacional e internacional

En el mismo informe, se indica que la muestra estuvo conformada por 157 hombres y 174 mujeres, lo que corresponde a 47,4 y 52,6%, respectivamente, (p. 126).

En las conclusiones se determina lo siguiente:

Al consultarle a los entrevistados sobre las vías de acceso a las noticias en línea, la más mencionada fue la red social Facebook (67,3%), seguida de cerca por el sitio web de los medios (54,8%). En una proporción mucho menor se mencionó el correo electrónico, Twitter, y los servicios de mensajes de texto. Vale resaltar que

a pesar de que Facebook es la vía de acceso más común, Twitter representa un porcentaje exiguo (minúsculo). (p. 339).

La accesibilidad ha logrado que los ciudadanos puedan expresarse y mostrar denuncia positiva y negativa de lo que les ocurre. Facebook se caracteriza por ser la vía de mayor acceso, mismo lugar donde han tenido popularidad los micro blogs que se investigarán.

Brenes (2010) citó lo siguiente:

Esta red de alcance mundial, es cómplice de millones de mensajes, documentos, correos y múltiples datos que circulan a diario, gracias a las mayores posibilidades de comunicación ofrecida. Detrás de este comportamiento, sobresalen dos aspectos primordiales: la información como factor aglutinador y la innovación tecnológica, como elemento para acceder a esta (p. 14).

En la conclusión de dicha investigación se logra comprobar que en un futuro el periodismo ciudadano estaría en la red mundial del World Wide Web y hoy es un hecho de todos los días, en blogs, redes sociales y sitios web

Las redes sociales, en Costa Rica, tienen un crecimiento fuerte y cada vez hay más diversidad de estas para cada tipo de usuario. A pesar del auge en las nuevas plataformas, Facebook sigue siendo la posicionada (Melgar, 2016, párr. 12).

Según Melgar (2016), en su resumen de la investigación Red 506 (2016) “Facebook sigue teniendo un sólido 90% de usuarios activos diariamente en Costa Rica” (párr. 4).

Los datos del estudio Red 506 muestran que la segunda red social utilizada es WhatsApp con un 58%, una diferencia bastante distante a Facebook y le sigue Instagram con un 18 por ciento (Melgar 2016, párr.7). Es importante tomar en cuenta que hay un monopolio detrás de esto, ya que tanto WhatsApp como Instagram le pertenecen a Facebook.

Las páginas estudiadas están enlazadas con Facebook. Por medio de este se logra ver las interacciones que se investigarán. La interacción de las RRSS ha brindado una viralidad nacional a las páginas al agregar contenido que identifica a los usuarios.

El contenido de interés se obtiene por medio de temas que capten la atención del usuario, así como lo hace un título periodístico en una nota informativa.

Un ejemplo de esto es el blog del conocido Chamuko. Araya (2013) presenta un estudio de cinco premisas sobre el Infierno en Costa Rica donde, en síntesis, el blog se cataloga como ese medio de ruptura de la espiral de silencio en la que están envueltos los costarricenses.

Araya (2013) cita:

El Infierno en Costa Rica se ha posicionado en el primer lugar entre los espacios de denuncia, a pesar de que no recurre a la publicidad, este espacio tiene un gran impacto entre las masas, lo cual se ve reflejado en el significativo número de nuevos seguidores que tiene semanalmente. (párr. 8).

### **Investigaciones y tesis internacionales**

El punto es conocer si las personas detrás de estos medios conocidos como “entretenimiento” realmente se están responsabilizando del contenido publicado y verificando si la información es verdadera.

Viner (2016) explica que ya no se trata de que sea cierto o que es mentira, si no de cuantos creen la noticia (p. 1) y expresa:

Agreguemos un elemento final, para entender qué tan peligrosa: en medio de tanta información, de tantas y tan diversas – pero muy segmentadas – opiniones, la búsqueda razonable de la verdad, sufre. Cada día circula más información – es cierto – pero cada día hay menos recursos para trabajar con seriedad esa información, porque eso de que “todos somos periodistas” olvida algo fundamental: el periodismo toma trabajo y requiere talento y conocimiento. No basta el “...cut and paste” para que lo que transmitimos tenga valor periodístico: sin mediadores, sin chequeos y dobles chequeos, lo que circula simplemente circula y su veracidad se diluye en su viralidad. Si la gente lo comparte, debe ser cierto – parecemos creer (p.1)

Los costarricenses no están lejos de la realidad de la que Viner (2016) comenta. La banalidad parece ser un factor importante para la confección de las noticias de la actualidad y, ante tantos medios que brindan información la veracidad desaparece.

En la actualidad, los habitantes del mundo están en la sociedad de la información, donde ya no es tan importante el que tiene más, sino el que sabe más. La distribución y búsqueda de información no tiene control alguno y los filtros no existen.

Cada cibernauta comparte lo que desea y, al difundir noticias, crea un vínculo visual con amigos y seguidores que tienen intereses en común. Por lo que otro puede compartir dicha noticia y así, poco a poco, comenzar a crear su contenido.

El periodismo ciudadano es un tema de controversia entre la audiencia. Su forma, contenido y credibilidad son factores discutidos entre los profesionales. Algunos le llaman “periodismo participativo”, pues los ciudadanos son todas las personas que pertenecen a una sociedad. Los conceptos se ampliarán en el próximo capítulo.

En la historia del mundo hay acontecimientos donde el periodismo ciudadano tuvo un papel importante como lo fue el Tsunami de Indonesia en 26 de diciembre de 2004.

Gonzalo y Espiritu Santo (2011) explican sobre “La cobertura ciudadana del tsunami que sacudió la costa oeste de Sumatra, Indonesia, fue una de las primeras en demostrar el potencial de las redes sociales y de la información generada por los usuarios”. (p. 9).

En esta ocasión, la forma de los usuarios de conocer la situación de sus seres queridos fue por la búsqueda de blogs informativos en internet que sirvieran como comunicación y la manera de conocer más de lo sucedido.

Otro ejemplo fue los ataques terroristas en Mumbai. Los días 26-29 de noviembre del 2008. Los blogs informativos como Mumbai Help salen a relucir en la situación dada en ese momento, así como una serie de vídeos en You Tube de los ataques y sus víctimas.

Los ataques en Mumbai es una forma de comunicar a los habitantes de todo el mundo lo que acontece, no importa la distancia. Los vídeos son realizados por pequeños grupos que están

cerca del ataque y que quieren informar por medio de imágenes la realidad, por más cruel que sea.

De acuerdo con Gonzalo *et al.* (2011)

“...el periodismo ciudadano, herramientas participativas y redes sociales se aliaron durante ese trágico incidente para consolidar la eficacia de la información ciudadana a la hora de gestionar rápidamente información de primera” (p.35)

Otro caso relevante fue la falsa noticia sobre la salud de Steve Jobs: octubre de 2008. Un periodista ciudadano de la cadena CNN aseguraba tener información valiosa y real de las condiciones de salud del reconocido empresario Steve Jobs.

Gonzalo *et al* (2011) presentan que esto “...lo que originó una investigación por parte de la Securities and Exchange Commission (SEC) para determinar si la noticia había sido publicada premeditadamente, para ocasionar pérdidas a la compañía en su cotización en Bolsa” (p.34)

Ahora, la inmediatez está matando a la veracidad. Existen noticias que no están completamente verificadas, pero de todas formas son publicadas para ganar ante la competencia de medios por la primicia. El inconveniente viene cuando la información es falsa, el sitio pierde poder de visitación o, por el contrario, gana mayor audiencia por morbo.

### **Proyecciones**

A partir del momento en que se empiecen a desarrollar las investigaciones y las conclusiones podrían realizarse mejoras en el área periodística, donde inviten al ciudadano a ser activo responsablemente en lo que se conoce como Periodismo 2.0. Por otra parte, pueden surgir más interrogantes y abrir puertas a futuras investigaciones.

Se pretende conocer si el trabajo de los administradores de páginas de entretenimiento costarricenses aplica para periodismo ciudadano y si existe la responsabilidad como tal de hacer publicaciones éticas y con la estructura correspondiente.

Además, se proyecta brindar un nuevo panorama acerca de la forma en que los usuarios se entretienen y a la vez se informan del acontecer nacional. Se pretende conocer si hay alguna afectación para terceras personas.

La principal proyección es conocer de fondo lo que verdaderamente se necesita para poder tener un medio digital responsable, efectivo e innovador para la sociedad costarricense. Con esto brindar recomendaciones a los microblogs de entretenimiento para que cumplan su propósito de manera positiva.

## **CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA**

La investigación requiere definir ciertos conceptos y teorías avanzadas sobre el tema para lograr entender la aplicación de los instrumentos, los indicadores y las variables. Además, brindará un mejor entendimiento para analizar los resultados.

Cubillos (2004) explica que el marco de referencia “es una recopilación breve y concisa de conceptos, teorías y reglamentación (aplicable) que se relacionan directamente con el desarrollo del tema y del problema de investigación”. (p. 3).

Uno de los objetivos de este capítulo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es aprender más acerca de la historia, origen y alcance del problema de investigación con el fin de evitar errores como en indagaciones pasadas (p.60).

Con la misma intención, se pretende brindar una referencia de los conceptos que se utilizarán a lo largo de la investigación. En caso de existir alguna duda conceptual, tener un espacio para aclararla.

Los primeros conceptos que se definirán están relacionados con la era digital, un aspecto clave en la investigación y a la vez, muy amplio. Además, se tomarán en cuenta conocimientos relacionados con la comunicación y el periodismo enlazado a la era digital. Para efectos del estudio se utilizarán en los análisis.

### **Redes Sociales**

Según Noguera, Martínez y Grandío (2011) la definición de red “es un grupo de páginas web que usan hiperenlaces para referirse unas a otras” (p.12).

Estos hiperenlaces mantienen un vínculo para enlazar dos dispositivos conectados a la red, creando una relación social entre los mismos.

Como lo dice la palabra, las redes sociales han creado un enlace de mayor interacción social entre la audiencia para encontrar intereses en común y, de la misma forma, compartir datos y experiencias de uso personal y hasta profesional.

Existe una teoría llamada “los seis grados de separación” sobre el software de las redes sociales que se refiere a que, una persona cualquiera de nuestro planeta se encuentra conectada o

relacionada por una cadena de individuos que no tiene más de cinco personas intermedias. (Noguera et al, 2011, p. 12).

Es decir, en una red social, un usuario tendrá un enlace de primer grado por lugares, gustos y preferencias parecidas a un número de cinco personas intermedias que también tienen enlaces de primer grado, pero no en el mismo orden (ejemplo: lo que uno puede tener en primer grado lo puede tener otro en tercero) por lo que los enlaza.

“Los seis grados” está basada en un dicho popular de que el mundo es un pañuelo y no está probada totalmente. Sin embargo, se mantiene debido que a la realidad que presenta es igual a la hora de experimentación. El nacimiento de las redes sociales (RRSS) viene desde el siglo pasado. Contrario a lo que se cree, es un término que nace en 1978. Sin embargo, no siempre ha estado enlazado a internet.

La página [marketingdirecto.com](http://marketingdirecto.com) (2011) muestra una breve línea del tiempo que cuenta la historia de las redes sociales y sus cambios. Dicha información se presentará en la tabla 1

Tabla 1. Evolución de las RRSS (redes sociales)

Fecha	Acontecimiento
1978	Se intercambiaban boletines (BBS) entre líneas telefónicas a otros usuarios Se distribuyen las primeras copias con la plataforma <b>Usenet</b>
1994	Se funda Geocities una de las primeras redes sociales
1995	Se crea TheGlobe.com donde los usuarios pueden crear su propio contenido
2000	“la burbuja del internet” estalla
2003	SE inaugura My Space
2004	Se lanza Facebook, la red con más usuarios hasta el momento
2006	Se inaugura la red microblogging Twitter

Nota: adaptado de [marketingdirecto.com](http://marketingdirecto.com) (2011)

A partir del 2000, el internet disparó las redes sociales en el mundo y de esta forma, enlazar la realidad con el cibernético. Hasta la fecha, continúan naciendo redes sociales para futuros grupos de población.

Hütt (2012) indica que “las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos” (p. 128)

Las mismas redes enlazan entre otras para coincidir con temas y contenidos en común y de esta forma interactuar con los perfiles de otros usuarios alrededor de la región o del mundo.

En la parte periodística, las redes presentaron un fuerte uso para informar a otros seguidores. Los usuarios tienen la libertad de escribir en su muro lo que deseen sin limitación alguna.

Poco a poco se han identificado perfiles llamados “páginas” con el fin de que las empresas muestren sus productos y servicios a los clientes. De esta forma habrá mayor alcance para que, tanto los clientes como los productores tengan mejor comunicación.

De la misma forma, los lectores pueden crear páginas con contenido de su propia utilidad, donde se publique sobre temas de interés público sin necesidad de indicar cómo adquirieron la información. La repercusión que crea, es que los usuarios de las redes sociales quedan con ese morbo o duda sobre la información leída, vista o publicada.

Cada red social ofrece herramientas multimedia para publicar contenido. Desde subir fotos, vídeos, cierta cantidad de caracteres que evidencian que el muro aguanta lo que le pongan.

### **Tipos de redes sociales**

Existen tipos de redes sociales según Hütt (2012) citando a Celaya (2008):

- Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo)
- Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5)
- Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBuga, CinemaVIP, 11870) (p.123)

Para la presente investigación se describirá las redes generalistas. Estas son un tipo de espacios con ritmos de crecimiento distintos, marcados por generación de contactos, quienes ingresan con el fin de relacionarse con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, vídeos, fotografías e información personal. (Hütt, 2012, p.124)

Las redes generalistas más reconocidas son Tuenti, My Space, Facebook, Twitter e Instagram. Esta investigación se enfocará en una de las redes más grande en la actualidad, Facebook.

### ***La red social Facebook.***

Nace en el 2004 gracias a cinco estudiantes de Harvard en ese entonces. La intención de la red era crear un espacio exclusivo para estudiantes de universidades que mostrara su primer año académico.

Al año de crearse, Facebook se convirtió en una red popular que, rápidamente tuvo el apoyo financiero de empresas como Pay Pal. Ahí empieza a integrar escuelas y otras instituciones en la red y su plataforma generó cambios en sus herramientas.

En el 2006, la red social se hizo pública. El único requisito de acceso a Facebook era el correo electrónico. A partir de ese momento, los interesados crecieron convirtiéndose en la red con más usuarios registrados.

En la actualidad, Facebook tiene más de 2 millones de usuarios y su creador, Mark Zuckerberg, ha adquirido otras redes como Instagram y WhatsApp que se enlazan entre sí. (Drummond, 2017, párr.9)

### ***Herramientas de Facebook.***

Existen ciertas herramientas que sirven para que los administradores en Facebook logren ver los movimientos diarios, semanales y mensuales de la página que manejan.

Según Facebook Empresas (2015) existen tres herramientas que le permiten al administrador conocer sobre el trabajo que está realizando, estas son las siguientes:

Control de comunicaciones para los propietarios de páginas: Consiste en brindar más vigilancia y nivel de respuesta para que los negocios se animen a ser contactados y responder en el menor tiempo a sus seguidores.

Esto permite que, por medio de la herramienta de Facebook, se evacuen dudas, se realicen compras y se mantenga una buena relación entre el usuario - página.

Para efectos de la investigación, muchos de los usuarios buscan las páginas para hacer denuncias o presentar fotos y vídeos de interés público y que estos sean publicados.

Una bandeja de entrada rediseñada: Con el fin de mejorar la comunicación los administradores pueden ver diferentes etiquetas y referencias para identificar a los usuarios que le busquen. Estos aspectos solo los podrán ver las personas que manejen la página.

Seguimiento de los comentarios: Facebook inventó un botón llamado “Actividad” que permite supervisar y responder comentarios sin omitir alguno. Esto con el fin de no olvidar responderle a algún usuario. (párr. 3, 8, 10,13)

### **Estructura de los micro blogs y páginas web**

Para comprensión de los resultados y conclusiones de esta investigación es fundamental conocer los conceptos y diferencias entre página web y blog. A continuación, se mostrará las definiciones y características de cada uno.

#### **Página Web**

Una página web es un documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) generalmente construido en el lenguaje HTML (Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto) o en XHTML (eXtensible Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto Extensible) (Guía del Emprendedor, s.f, p. 1)

En el contenido de las páginas web pueden existir enlaces a otras relacionadas y, se direccionan con un click sobre un enlace, que generalmente cambia de color al ser apuntada por el cursor.

### ***Elementos de una página web.***

Los elementos básicos que debe tener son texto, imágenes, audio, objetos animados (se realizan con Adobe Flash), hipervínculos (lo que permite la navegación de una página a otra) y Meta Tags (son instrucciones en lenguaje HTML que le indican a los buscadores cuales son las palabras o términos por los que debe ser indexada una página para ser encontrada) entre otros de mayor complejidad. (Guía del Emprendedor, s.f, p.1)

### ***Herramientas para crear una página web.***

Las herramientas necesarias son un Ordenador, un Editor de Texto como Front Page, Dreamweaver, Notepad, Wordpad, etc, editor de Archivos Gráficos como Photoshop, Paint, etc, espacio en un Servidor Web para alojar la Página y el software cliente del FTP (File Transfer Protocol) utilizado para enviar al servidor web la Página Web. (Guía del Emprendedor, s.f, pp.1-2)

### **Blogs digitales**

Según Navarro (2015) “Un blog es una página web personalizada en la que se publica contenido con regularidad” (p.3)

Esto quiere decir que el blog es una página web, pero, a diferencia de las tradicionales, los blogs son más dinámicos, van creciendo y agregando contenido. Cuando la temática es interesante crea vínculos con otros navegadores que esperarán nuevas publicaciones. (Navarro 2015, p.3)

### ***Características de los blogs digitales.***

Según Navarro (2015) una de las características de los blogs es que las entradas se organizan por categorías, creando subtemas conforme se va agregando contenido. Además, las personas pueden dejar comentarios y lograr una mayor interacción.

También muestra distintas opciones para agregar más información de los temas o del bloguero como su fotografía, biografía, enlaces externos, barras laterales. Además, el blog se caracteriza por brindar un “toque personal” en el diseño o en la información lo que puede generar una empatía con los lectores. (Navarro 2015, p. 5).

### ***Tipos de blogs.***

Según Pardilla (2015) existen cuatro tipos de blogs diferentes en la actualidad que se basan en las características de rasgos de multimedialidad, interactividad e identidad. Son los siguientes:

El blog personal se desarrolla para comunicarse con personas de los mismos intereses y crear una comunidad de interacción y reflexión sobre temas de cotidianidad.

Los microblogs tiene la intención de capturar la atención del usuario con un máximo de 140 caracteres con links, fotos y vídeos extienden la información.

Los blogs corporativos tienen la finalidad de mejorar la comunicación interna de la empresa y mostrar a los usuarios un mejor contenido del producto o servicio.

Finalmente, el blog educativo tiene como finalidad documentar los conocimientos, participaciones e interacciones académicas de un área en espacial para brindar información valiosa para los estudiantes en un área en espacial. (párr. 12-15)

En la presente investigación se utilizará el concepto de blog y microblog debido a que la indagación es en redes sociales donde se muestran las características de los microblogs, sin embargo, están enlazadas a distintas plataformas digitales, una de ellas es el blog.

### ***Presencia en RRSS (redes sociales).***

Navarro (2015) explica que “la posibilidad de conectar tu blog con tus redes sociales hace que tu presencia en internet todavía sea más amplia” (p. 11).

Cuando existen enlaces externos con redes sociales la posibilidad de que el blog sea leído crece. Las RRSS juegan un papel importante en la actualidad de los usuarios que utilizan internet diariamente. Una conexión a Facebook, Twitter, Instagram, entre otras son un “gancho” al contenido del blog.

### ***Las plataformas digitales gratuitas.***

A través del tiempo el internet ha lanzado a población al ciberespacio permitiéndole conocer sobre herramientas de comunicación para uso propio. Las plataformas digitales son parte de este grupo que está en tendencia.

Las plataformas impulsan a la interacción como indica Meso (2013), “a la existencia de plataformas gratuitas de fácil edición (hablamos de blogger, wordpress...), los lectores son editores de contenidos y definen cómo ver la información, y constituyen comunidades en ese proceso” (p. 66)

La facilidad está al alcance de un click. Los blogs, sitios web y redes son plataformas llamativas y sencillas que logran cambiar el diseño y contenido con solo conocer los botones para cada función. La interacción en general es parte del ser humano y las plataformas han logrado que esta sea más amplia debido al alcance a nivel mundial.

Tendremos entonces los valores más altos de existencia de blogs y demás fórmulas, y partir de entonces se regulará por sí mismo a un nivel inferior, sensiblemente inferior, ya que a pesar de tanto deseo y tanta voluntad, mantener un sitio informativo y actualizado en condiciones supone un gran trabajo. Se contarán por millones los ex blogueros (Salvat et al, 2007, p. 243)

La cantidad de plataformas será exorbitante debido a los diversos temas, países, contenidos y la regulación de estos será mínima, razón por la que la credibilidad disminuye en la web.

La visita de dichos sitios será más frecuente debido al acceso de dispositivos móviles con los que se cuentan alrededor del mundo. El celular, la Tablet y el computador, son parte de las herramientas de trabajo o entretenimiento diarios para los pobladores en el mundo.

“Redes sociales, y también los blogs junto con los dispositivos móviles, contribuyen a ampliar los cauces de los contenidos generados por la audiencia (Lasorsa, Lewis & Holton, 2011) y son, incluso, los sitios preferidos para informarse” (Meso, 2013, p.66)

La era digital brinda comodidad en todos los sentidos. Se determinó anteriormente que la rapidez es una de sus características más llamativas.

Se concluye con la función que muestra Paul (2013) sobre este tema: “Una plataforma tiene al menos una función de productor y al menos un rol de consumidores que interactúan directamente entre sí.” (párr.12)

### **Medios de comunicación digitales formales**

Con el pasar del tiempo, los medios de comunicación fueron víctimas de la Revolución Digital, logrando una transformación parcial o total. Además, del nacimiento de nuevos espacios informativos digitales.

Según Jódar (2009) la Revolución Digital “constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana” (p.1)

Ese abanico de posibilidades al que se refiere Jódar (2009), es lo que movió a los habitantes del mundo al cambio, a buscar los dispositivos que le permitan mantener un vínculo social e informativo con su entorno nacional e internacional.

Con este movimiento, los medios de comunicación se vieron obligados a sufrir cambios para integrarse a la tendencia digital. Los cambios trajeron consigo herramientas que ayudan a los periodistas a lograr su labor sin dificultad (dispositivos portátiles, opciones multimedia de alta calidad, accesos en vivo, entre otros) y que conllevan retos.

### **Tipos de medios digitales**

Los medios digitales nacieron de distintas formas y contenidos. La división que se presentará en esta investigación es por la creación del medio con el objetivo de conocer los cambios que han experimentado y en otros, su nacimiento.

#### ***Los new media.***

Según Jódar (2009) se les denomina así por “su vinculación con sus predecesores no digitales, vienen a ser una redefinición de los medios tradicionales adaptados a la nueva realidad digital” (p.5)

Los medios tradicionales se refieren a aquellos canales que predominaban antes de que la era digital incursionara en la ciudadanía. Se refieren a la televisión, la radio y el periódico.

Con esto, los medios de comunicación existentes se integran poco a poco o de lleno a la digitalización con el fin de crear “profundización en los temas y el acceso aleatorio en los contenidos” (Jódar 2009, p.5).

### *Ejemplos de new media en Costa Rica.*

Teletica es un medio de comunicación televisivo nacido en el país como negocio nacional. Fundado por René Picado y Carlos Manuel Reyes, en concesión de una licencia de la televisión pública con el presidente de este tiempo, Mario Echandi. Conocido también como Televisora de Costa Rica tiene 59 años de fundado. (Ávalos, 2015, párr. 3).

En la actualidad (a nivel de medio de comunicación), Teletica cuenta con un canal de televisión, una frecuencia de radio compartida y una página web que tiene herramientas para transmitir en vivo y permitir a sus usuarios mostrar su reporte en tiempo real.

Además, cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter donde muestran las noticias, pases en directo de la televisión y la radio, y la interacción de los usuarios en sus programas.

Repretel es una cadena de televisión reconocida por sus tres canales en funcionamiento (4,6 y 11). También, posee 11 emisoras reconocidas en una marca llamada Central de Radios. Fundado en 1994.

Tanto los canales televisivos como las radioemisoras cuentan con página web y redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) para mantener vínculo con los usuarios. Esto les permite la interacción con los televidentes y radio oyentes.

Además, muestran sus noticias diarias. En los últimos meses del presente año, Repretel ha lanzado su noticiero en vivo por la herramienta de Facebook live con el fin de tener un alcance mayor.

Extra TV / La prensa Libre: La historia comienza con La Prensa Libre. En 1889 se publica la primera edición con su fundador William Gómez con la ayuda de José Andrés Borrásé.

Este medio cuenta con periódico tradicional y digital y canal televisivo (42) que, durante 115 años se han caracterizado por mostrar el acontecer nacional. (Hemeroteca PL, 2017, párr.7)

En la actualidad, Diario Extra se independizó de la Prensa Libre. Este último se migró completamente a la era digital por lo que solo se le encuentra por página web y redes sociales (Facebook y twitter).

Los medios descritos anteriormente dieron un paso a la Revolución Digital para ampliar los contenidos y llegar a los ojos de los usuarios en el momento que se desee. Todos cuentan con mínimo, una página web para ser visitados.

### ***Los new media: La mediamorfosis.***

Según Jódar (2009) la mediamorfosis se refiere al “cambio producido en los medios de comunicación a causa de un avance tecnológico y unas demandas sociales nuevas” (p.71)

Debido al cambio por la era digital, nacen medios de comunicación digitales para ofrecer, por un nuevo canal, el contenido noticioso actual. Estos son producto de la transformación digital.

Jódar (2009) en mención de Fidler (1998) “...señala la existencia de una evolución en los medios muy parecida a la teoría de la evolución de las especies de Darwin: ‘Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos’” (p. 4)

Poco a poco, conforme el avance de la era digital en el mundo y la frecuencia de uso en los habitantes, nacen las ideas de informar por esta vía. La mediamorfosis habla de esos medios natos en la Revolución digital.

### ***Los mediamorfosis en Costa Rica y ejemplos.***

La plataforma El Observatorio: Nuevos medios (2015) creada y financiada por la Fundación BBVA tiene el objetivo de crear un censo vivo de nuevos medios digitales en español.

Gracias a esta plataforma, se puede visualizar los medios con mayor tendencia y reconocimiento de marca en Costa Rica. Existen 19 medios de comunicación digital reconocidos en este buscador. Aquellos en encabezan la lista son:

Crhoy.com: Es un medio digital que cuenta con un grupo de profesionales que informan las del acontecer en tiempo real, las 24 horas del día, los siete días de la semana. Sus publicaciones iniciaron en enero del 2012.

Según El Observatorio (2015) el medio digital Crhoy.com es el número uno en el país con respecto al posicionamiento de marca a nivel nacional e internacional. Tiene un alcance geolocalizado del 67,3%.

**El Mundocr:** Es un medio digital perteneciente a la Sociedad Periodística El Mundo S.R, L con la visión de contribuir con la sociedad con la distribución de noticias, cultura y de entretenimiento de alta calidad. Sus operaciones iniciaron en febrero del 2015.

A pesar de ser un medio relativamente nuevo, se posiciona en el segundo lugar según El Observatorio. Tiene un alcance geo localizado de 72,8 %. En el mes de agosto del presente año tuvo mayor interacción en sus redes sociales.

**El País.cr:** Es un medio digital con una línea editorial independiente, brinda una versión alternativa de la realidad que vive Costa Rica. Su fundación fue en el 2015.

Su crecimiento ha sido rápido, El Observatorio (2015) lo posiciona como el tercer medio digital con mayor interacción con sus usuarios en redes sociales. Cuenta con un 68,1% de alcance geolocalizado.

**El GuardiánCR:** Es un periódico digital independiente con el propósito de informar, analizar, y ofrecer productos sobre temas de importancia para el público en general. Según su perfil digital están siempre bajo el criterio de la ética y el profesionalismo.

La idea de su creación se llevó a cabo en el 2012 no por ese nombre sino por el de su director Richard Molina, poco a poco fue incursionando hasta convertirse en el sexto medio digital en el ranking de la página El Observatorio (2015) con alcance geo localizado de 45%.

El ranking de medios que muestra El Observatorio con respecto a los posicionamientos y otras características está basado sobre la red social Twitter por lo que solo lo usamos de guía en la presente investigación.

### **Percepción**

El término de la percepción es muy amplio, existen muchas ramas de la ciencia que utilizan este concepto, por lo que se debe ser más específico para llegar a la definición deseada.

El más acertado para la presente investigación es la que presenta, en la parte psicológica, Vargas (1994)

El proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las

sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (p.48)

Las personas tienen la habilidad de hacerse una percepción de algún objeto o escenario, por lo que, en la presente investigación se tomará en cuenta la percepción de los usuarios seguidores de los sitios virtuales estudiados con el fin de reconocer lo que piensan, opinan e interesa sobre los mismos.

La percepción no es un proceso lineal sobre un sujeto pasivo, por el contrario, la interacción de un individuo y de la sociedad es papel activo en la creación y formulación de percepciones sobre algo específico (Vargas, 1994, p.48).

Las distintas variables que presente un objeto o escenario será, lo que ayude a crear una percepción sobre esta, por lo que la constante interacción y visualización son aspectos determinantes para identificarlas.

### **¿Qué puede percibirse?**

Según Abaca (2006) “Percibo en simultáneo: Infinitas sensaciones, cualidades, espacialidades, datos, y los interpreto de acuerdo con un bagaje preestablecido que me permite estar el mundo sin cuestionarse a cada instante este acontecer” (p. 15)

Los usuarios seguidores de los sitios investigados ven distintas variables que pueden crear una percepción. Entre ellos está el lenguaje, el contenido, las interacciones, la periodicidad entre otros que serán categorías esenciales para conocer lo que cada uno de los navegadores consultados piensa.

### **Objetividad**

La objetividad es un elemento fundamental a la hora de realizar una noticia, es trabajo del comunicador informar sin ninguna influencia de por medio. El problema mayor es cuando el periodista tiene que adaptarse a un perfil editorial que le impone la empresa, en esos casos, la resignación y la necesidad del puesto hacen el trabajo periodístico.

Debido a estas situaciones Meso (2013) adjunta las siguientes teorías:

Hay quien habla de una nueva revolución (Deuze, 2003) y hay quienes vinculan todo esto con el futuro del medio (Schmitz & De Macedo, 2009). Y los hay también quienes aprovechan la coyuntura para plantear nuevos retos a los que deben enfrentarse las empresas periodísticas (p. 66)

Los retos que indica Meso (2013) son:

- Calidad y administración de los contenidos creados por los usuarios.
- Utilización de mensajes en un escenario de conversación para crear tráfico.
- Coexistencia del periodismo profesional y amateur.
- Surgimiento de autocomunicadores profesionales en el entorno de las organizaciones periodísticas.
- Vulneración, en la práctica, de principios periodísticos arraigado (p. 66)

### **Credibilidad en las noticias digitales**

En la actualidad, las herramientas digitales que facilitan el periodismo ciudadano son innumerables. Las plataformas virtuales son de manejo fácil y rápido, de esta forma, cualquier persona con un poco de conocimiento tecnológico puede llevar a cabo una sección noticiosa que, todas las personas con acceso a internet, pueden leer.

El factor es reconocer lo que es periodismo y lo que no, saber diferenciar esas noticias que buscan llevar un mensaje de interés para los internautas y las que tienen contenido falso o subjetivo. En la presente investigación se pretende conocer las intenciones de los medios estudiados y reconocer cuál se acerca al término “periodismo ciudadano”.

Salvat y Paniagua (2007) agregan que:

En el periodismo ciudadano se ha encontrado una fórmula perversa de propaganda, publicidad y estrategia de marketing, en el que el principal objetivo es la seducción de los potenciales clientes de todo tipo de servicios y productos, a través de la supuesta recomendación desinteresada de los ciudadanos (p. 19)

Detrás de personas que buscan informar lo que no llega a los medios existen seres que buscan un valor lejano a la verdad. Las páginas, blogs entre otras plataformas están al alcance de cualquiera, sin importar los intereses que lleve consigo.

Los intereses sesgados a la objetividad y a la veracidad son los que crean la desconfianza en las noticias publicadas en sitios digitales. Una nota con morbo o falsa, pero con alta relevancia puede ser un arma para tener mayor visitación y así, atrapar clientes que publiquen en sus plataformas. Esta estrategia abarca el lado de un negocio que el propio periodismo.

García, Navarro y Arias (2014) indican sobre la credibilidad y confiabilidad:

Las respuestas de los expertos respaldan que la confianza y credibilidad, tanto de las informaciones como de los informadores, condicionan la elección informativa de los usuarios. Además, a la hora de valorar de qué modo se comportan las informaciones que publican los medios, los panelistas destacan la importancia de analizar el efecto que posee la imagen del medio y cómo esta puede verse alterada según los recursos o acciones que aplique la empresa periodística (párr.10)

Es claro que la inversión de tiempo, disposición y búsqueda de noticias tiene costo, sin embargo, los planes mal intencionados de conseguir seguidores no son estrategias que deban estar ligadas con el periodismo ciudadano. Lamentablemente, la realidad es otra.

Salvat et al (2007) explican:

La razón profunda por la cual el periodismo ciudadano ha tenido esta gran repercusión hay que buscarla en que el ciudadano tiene la satisfacción de participar en el proceso informativo y la necesidad de sentir que tiene la capacidad de incidir en la información que recibe, sea del tipo que sea la relación que se mantenga con respecto a la catalogación anterior (p. 245)

Lejos de pensar que los ciudadanos no se informan, las investigaciones indican todo lo contrario. El proceso informativo ya no consiste solo en el periodista porque los lectores quieren aportar de sus conocimientos en el tema. En la práctica de informar los temas son variados por lo que los profesionales de distintas áreas pueden dar su aporte informativo de sus conocimientos adquiridos en la universidad, el trabajo o por experiencias.

Mantener una opinión con respeto y fundamento es esencial para ser parte productiva del periodismo ciudadano. Todas las personas interesadas tienen la capacidad de participar en el periodismo mientras que el aporte sea relacionado con el tema en discusión.

Así también lo concluyó García y Montoya (2006)

También los lectores quieren crear noticias. Pero, eso no supone un deseo de suplantar el trabajo de los periodistas, sino más bien un afán de enriquecerlo colaborando con su aporte. Es más: de este modo se consigue fidelizar al lector, creando una comunidad óptima de interesados, segmentando ellos mismos su propio mercado, y sirviendo de vía de enlace para aumentarlo (p. 10)

La participación ciudadana es un factor que crecerá cada vez más a través del tiempo, sin embargo, existe una debilidad a la hora de informar. No todos los escritores son académicos ni conocen sobre la ética informativa. Además, existen espacios que no están controlados ni supervisados por lo que es más fácil usar el anonimato para no recibir alguna repercusión.

En una investigación de Meso (2013) indica que:

Muchos profesionales de los medios y teóricos de la Comunicación (Gabilondo, 2011; Pulitzer, 2011) parecen coincidir en que todo este nuevo contexto contribuye a precisar en qué consiste el periodismo, cuáles son los rasgos que lo definen: necesidad de filtrar; la importancia de un trabajo solvente, con nombres y apellidos, lejos de las informaciones u opiniones vertidas por los usuarios, que en muchas ocasiones se ocultan tras el anonimato y que han acabado por desacreditar esa democracia informativa de la que antes se hablaba. Pierde credibilidad la recepción del material generado por individuos en el papel de periodistas accidentales. Y no porque no existan elementos válidos entre esos materiales, sino porque es necesario aplicar el filtro de la solvencia: quién lo envía, qué intereses le mueven a enviarlo, en qué contexto se vierten, cómo distinguir una imagen 'real' de una manipulada (p. 67)

La tarea de informar tiene sus métodos, no se trata de escribir lo que se piensa y difundirlo en redes. Debe existir conocimiento del tema, consulta de fuentes conocedoras del contenido y responsabilidad en cada palabra de un escrito difundido, Cada persona debe ser consciente de lo que publica y la manera en que lo hace.

Aunque la norma sea clara no quiere decir que sea la realidad, los navegadores encontrarán un sin número de blogs, sitios webs, páginas de Facebook y Twitter con un nombre o apodo para resguardarse de cualquier consecuencia.

Si se toma el lugar del lector, este busca una forma de mostrar una realidad que se esconde (aunque no esté capacitado) o de buscar algún interés en el público creando una nueva era.

Con respecto a eso Salvat *et al.* (2007) indican que:

La realidad se aleja cada vez más de la ciudadanía a través de la selección de la información. Un periodista de hoy, según este planteamiento, ya no busca, selecciona y valora la información. O si lo hace, ya no abarca con su visión toda la realidad, sino solo aquella que previamente ha sido acotada por los agentes dependientes del poder (p. 229)

Lo citado anteriormente da lugar a la segunda causa de que las informaciones en los medios digitales crezcan fuertemente. Los ciudadanos (profesionales o no) notan que el trabajo del periodista es menos informativo y más subjetivo, esto deja de lado las bases del periodismo.

Los retos de Meso (2013) que están enlazados con esta investigación son calidad y administración de los contenidos creados por los usuarios, surgimiento de autocomunicadores profesionales en el entorno de las organizaciones periodísticas y vulneración, en la práctica de principios periodísticos arraigado.

### **Veracidad**

Según Noguera *et al* (2011) “...las redes sociales son herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y viralidad” (p.17). Estos dos últimos aspectos pueden afectar la veracidad de la noticia.

Hay cierta competencia entre los periodistas y la audiencia. Herrero (2015) explica que:

Internet y las redes sociales han hecho, en cierta manera, más transparentes las deficiencias de la profesión (limitada agenda propia, homogeneización de contenidos, ruedas de prensa sin preguntas, comparecencias políticas por medio de

pantallas de televisión, noticias que luego resultan ser falsas...), pero las oportunidades, también son muchas y el panorama informativo se encuentra en plena ebullición (p. 167)

La audiencia ha logrado mostrar que tiene el valor para hacer lo que el periodista no puede o no se le permite por la línea editorial a la que pertenece. Con esto, la debilidad de los medios se está evidenciando y los usuarios dejan la pasividad que tenían para convertirse en escritores de sus propios blogs o páginas por una necesidad de brindar temas de interés entre su grupo de amigos más cercano.

### **Ética**

La palabra ética es muy utilizada en la sociedad para hacer referencia del trabajo de alguna persona (si está haciéndolo bien o no). Es fundamental conocer el concepto correctamente.

Según Moo (1992) la ética es "...una ciencia normativa que estudia los deberes, derechos, obligaciones y facultades que tiene el individuo en virtud de la profesión o trabajo que desempeñe en la sociedad" (p.53)

Este es un concepto importante para comprender el trabajo realizado en el contenido informativo. Todas las áreas de trabajo tienen una ética profesional que sirve de guía para realizar de la mejor manera las funciones diarias. El cumplimiento es la interrogante que se descifrá en el análisis de contenido de los sitios estudiados.

El Colegio de Periodistas de Costa Rica muestra el código de ética que debe cumplir una persona que funge en esta área. Se presentará algunos de los artículos que serán relevantes para ver las conclusiones.

Todos los datos que sean encontrados para difundir una noticia deben ser reales y contener realimentación para conocer las versiones de las partes involucradas, dando objetividad a la noticia.

El artículo 22 del Código de Ética para los periodistas (2011) indica que "Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces"

Es obligación del comunicador conocer más allá de lo que una parte de la historia cuenta, debe conocer varios criterios de personas relacionadas con la noticia y profesionales que expliquen sobre el tema. Una declaración inventada puede generar una mayor atracción, pero pérdida de credibilidad. Tarde o temprano se descubrirá lo incierto.

Los juicios de valor son prohibidos a la hora de informar. En el artículo 25 indica “No reproducir estereotipos de ninguna naturaleza, ni hacer discriminación de personas por ninguna razón”.

El trabajo del comunicador es llevar la noticia a su publicación, no dar opinión de ella. Esto puede perjudicar la imagen e integridad de alguna persona, institución o empresa involucrada en la noticia.

Para esta investigación también se tomará en cuenta el artículo 26, este dice “No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño”

Publicar una noticia con una intención distinta de informar puede ser muestra de algún interés de dañar a alguien o a algunos, tanto en su imagen como en su integridad. Esto puede ser punto para posible demanda por delitos contra el honor.

Según el artículo 145 del Código Penal No. 4 573 habla sobre las injurias: “Será reprimido con diez a cincuenta días multa el que ofendiere de palabra o de hecho en su dignidad o decoro, a una persona, sea en su presencia, sea por medio de una comunicación dirigida a ella. La pena será de quince a setenta y cinco días multa si la ofensa fuere inferida en público”

De esta forma, el Código Penal (1996) indica la consecuencia sobre la difamación sobre una persona jurídica. En su artículo 153:

Será reprimido con treinta a cien días multa, el que propalare hechos falsos concernientes a una persona jurídica o a sus personeros por razón del ejercicio de sus cargos que puedan dañar gravemente la confianza del público o el crédito de que gozan.

## **Manual del estilo de prensa escrita**

Existen aspectos fundamentales para redactar una noticia con el fin de que sea entendible para los lectores. Benavides y Quintero (2011) crearon un manual del estilo para prensa escrita para conocer ciertos puntos. Para efectos de la investigación se definirán los siguientes:

Según Benavides et al (2011) “será punto seguido cuando la siguiente oración trate del mismo tema. Por otra parte, será punto final cuando la siguiente oración trate un tema diferente” (p.361)

La puntuación en las redacciones permite hacer pausas y tomar espacios en la lectura permitiendo una comprensión más efectiva. Cuando no se utilizan entorpece la transmisión del mensaje y puede mal interpretarse.

Las noticias deben tener relación en los párrafos entre sí. Empezando del desenlace hasta finalizar con pequeños detalles (pirámide invertida). El punto ayuda a que las ideas se cierren y se comience otro, la puntuación le da seriedad a la noticia.

Según Benavides (2011) la coma “es el signo que usamos para indicar pausas menores en la lectura que nos ayuda a conocer el sentido de las frases y su modular la entonación de las mismas” (p.361). La coma permite que usted haga un espacio para entender las ideas dentro de un párrafo.

El uso de comillas en la redacción periodística tiene un papel importante a la hora de citar una declaración, usar un sobrenombre o palabras en otro idioma. Según Benavides (2011) “las comillas expresan algún matriz acerca de las palabras en las que se encierran” (p.365).

Se utiliza comillas para delimitar las citas o palabras textuales de otras personas, en los apodos, sobrenombres o alias, en las palabras extranjeras, en títulos de libros, películas, canciones y en nombres de barcos, edificios y monumentos.

Acentuar las palabras (cuando lo requieran) ayuda a no confundir el mensaje que quiere enviarse a los lectores. Con solo la carencia de una tilde puede cambiar completamente el sentido del mensaje.

En reglas generales, las palabras agudas se tildan cuando terminan en vocal, n o s, las graves se tildan cuando terminan en consonantes menos n o s. En el caso de las esdrújulas y sobreesdrújulas siempre llevan tilde.

Los profesionales en periodismo deben manejar una excelente redacción y ortografía. Además, deben ser concisos y objetivos siguiendo el manual propio de estilo periodístico. Las declaraciones deben mostrarse de manera correcta para que la información no sea atribuida por el escritor.

Las fuentes informativas en el periodismo son un tema relevante en este estudio. Según Vargas (1979) "...la fuente interesa por los incentivos informativos que proporciona, así como la capacidad de fiabilidad que posea" (p.21). La confianza en las noticias viene de las fuentes consultadas para su realización, por lo que es importante saber a qué persona, institución o documento debe consultarse.

Según Vargas (1979), existen varias fuentes que se diferencian en oficiales o no oficiales, pero para efectos de la investigación se tomarán las siguientes:

Las fuentes documentales: Algunos ejemplos son memorándums, circulares, expedientes judiciales y actas. En el caso de las fuentes testimoniales son aquellas que parten de una intencionalidad y depende del tema. Pueden ser voceros de una empresa, de prensa, testigos, expertos en un área en especial o personas afectadas sobre una situación. (p.23)

En la investigación se revisará la ética, redacción, fuentes, ortografía y otros aspectos relacionados con el contenido de las páginas seleccionadas con el objetivo de identificarlo dentro o fuera de algún tipo de periodismo.

### **Tipos de lectores o usuarios**

La lectura a través del tiempo ha cambiado. En el pasado todo era físico, pero con la era digital, los dispositivos tecnológicos son complemento de ella. A partir de esto, se encontró un tipo de lector que calza con esta investigación.

El lector: Este se llama "...lector de información e internet" y la parte de física para leer no es relevante para él. Puede hacerlo perfectamente por medio de internet, ya se convierte en un complemento.

Según Guillardes (2014)

Las redes sociales están, hoy en día, llenas de información de todo tipo, y este lector afirma leer sin problemas, lo que se presenta en estas redes. No siente nostalgia por el libro físico, pero si encuentra uno que le es útil lo leerá sin problemas (p.69)

De igual forma, este tipo de lector no tiene molestia por leer en físico pero los dispositivos móviles llaman la atención a un punto tan fuerte que pueden olvidar el complemento corporal. De la misma forma, el grupo que se analizó para definir este concepto admite que las RRSS son distractoras en la lectura. (Guillardes, 2014, p.69)

### **Usuarios en redes sociales (RRSS): Facebook**

El diario digital El Universal (2017) muestra un estudio realizado en el International Journal of Virtual Communities and Social Networking que confirma que, en Facebook, existen varios grupos de usuarios que interpretan la experiencia de usar la red de forma diferente.

Estos tipos de usuarios brindan una guía de cómo se desenvuelven las personas en el mundo de dicha red social y sus características.

#### ***Tipos de usuarios***

Constructores de Facebook: Se trata de una relación en esta red. Según El Universal (2017) “...de la misma forma en que los humanos usaron el correo real y los teléfonos fijos: fortalecer las relaciones existentes con amigos y familiares” (párr.4)

Los usuarios de Facebook buscan la forma de relacionarse con personas que tienen gustos y preferencias parecidas, la misma plataforma permite que los posibles amigos sean personas que les guste el mismo contenido en la red.

Window Shoppers: Se trata de “...un grupo que ve a Facebook como una parte ineludible de la vida moderna, pero rara vez divulgan información personal, comparten fotos o escriben actualizaciones” (El Universal, 2017, párr.4)

Son grupos que pasan desapercibidos en la red pero que siempre están atentos a lo que acontece en las RRSS, pueden encontrarse distintos usuarios dentro del análisis de contenido que se realizará por medios de las reacciones de las publicaciones.

Town Criers o pregoneros: Se autodenominan periodistas, activistas y organizadores de la página, ya que la ven como la plataforma para comunicar la noticia. Buscan mantenerse y mantener informados a sus amigos, pero no necesariamente buscan un seguimiento en línea.

Selfies: Son aquellas personas que suben fotos y vídeos de sí mismos y sus actividades con mucha frecuencia para buscar llamar la atención de sus amigos seguidores. “Energizado y validado por gustos y comentarios, los selfies estuvieron de acuerdo con declaraciones como: “Cuanto más” como “...alarmas de notificación recibo, más me siento aprobado por mis compañeros” (El Universal, 2017, párr. 7)

El estudio que identificó las cuatro categorías una serie de personas 48 declaraciones entre ellas Facebook como fuente de estrés y para pedir ayuda. Seguidamente, fueron entrevistados para conocer más de los perfiles y sacar características de cada uno.

### **No profesionales en periodismo**

#### **Periodismo alternativo**

En el transcurso del tiempo hay una definición que ha nacido, por los cambios que ha presentado el periodismo, gracias a la era digital. Surge una nueva representación periodística llamada periodismo alternativo.

Según la revista digital TecnoMagazine (2017) define el periodismo alternativo como:

Son periodistas informales (sin un título de periodista avalado en la mayoría de los casos) que ejercen el periodismo con sus propios medios, usualmente escribiendo para diarios o blogs online, viven buscando la verdad y justicia social, contando historias, son buscadores de la verdad y la muestran al mundo por medio de sus grabaciones que suben a redes sociales como Instagram, Facebook, Youtube o Vimeo. (párr.2)

Este nuevo concepto nace de forma natural debido a las acciones del gobierno de censura, brindando un espacio de contenido de interés y que, tanto jóvenes como adultos lo ven como un pasatiempo. (TecnoMagazine, 2017, párr. 4).

Las páginas evaluadas se acercan mucho a esta definición. Se trata de personas que no se identifican como periodistas (aunque aún no se ha comprobado) y que su contenido no es verificado por un jefe, puede publicar cuando deseen y no tienen mayor responsabilidad por las publicaciones.

Cuando no existe ese control de parte de una jerarquía, la información publicada puede afectar a una persona física o jurídica y, en el país, no existe un reglamento formal de parte del Colegio de periodistas u otro ente que pueda castigar este tipo de situaciones.

Es posible que dejen pasar ciertos factores de profesionalismo y que su intención sea tener un contenido diferente al que se está acostumbrado a ver en los medios tradicionales. Es importante tomar en cuenta que el hecho de informar no convierte a ninguna persona en profesional en el tema, el asesoramiento o capacitación es importante a la hora de comunicar.

Engloba las mismas tareas que un periodista normal, solo que no debes responder ante ningún jefe, eliges tus temas, las realidades que quieres investigar con cámara en mano y un micrófono puedes salir a contar las verdades del mundo (TecnoMagazine, 2017 párr.5)

A continuación, se presentará una tabla de contenido según TecnoMagazine (2017) sobre características del periodismo alternativo.

Tabla 2. Características del periodismo alternativo.

Ventajas sobre el periodismo tradicional	Medios que abarca
<p>No hay horarios establecidos, puedes hacerlo cuando desees.</p> <p>Tiene libertad de prensa y libertad de expresión.</p> <p>No responde ante prensa establecida.</p> <p>Contribuye a fortalecer las democracias.</p>	<p>Blogs personales y portales comunitarios.</p> <p>Periódicos online de pequeño tiraje.</p> <p>Radio amateur online de comunidades.</p>

<p>No necesitas gran presupuesto para realizarlo. No sucumbe ante los políticos corruptos.</p> <p>Cuenta verdades de barrios y gente olvidada por los medios tradicionales.</p> <p>Se puede compartir viralmente para lograr cambios sociales en nuestro medio.</p> <p>Puede abarcar cientos de temas de interés: política, ecología, educación, alimentación, cambio climático, entre otros.</p>	<p>TV comunitaria.</p>
---	------------------------

Nota: Elaboración propia.

### **Periodismo participativo**

Según Lasica (2007) "...es un término que no se define bien debido a toda la ética y preparación que lleva el periodismo, pero que, depende de las características que presente un blogger y su profesionalismo" (p.11)

También, García (2006) indica que es "la respuesta al creciente vacío entre los ciudadanos y los gobiernos, y al fracaso de los medios de comunicación como promotores del debate y la participación públicas" (p.205). Se considera un antecedente del periodismo cívico, pero es más una transformación gracias a la era digital.

### **Periodismo ciudadano**

El periodismo ciudadano está desarrollándose cada vez más en Latinoamérica, los pobladores están buscando los medios para informar a los demás sobre temas de interés para ellos mismos y que, los periodistas no han brindado enfoque por diversas razones (ética periodística, influencias, negocio, entre otros). Estamos ante una generación de conocimiento e información que no permite una paralización ciudadana.

García y Montoya (2006) explican que "...el papel del periodista, su relación con el público y con la audiencia, el alcance universal de sus mensajes e incluso la forma de elaborarlos, suponen una situación radicalmente innovadora hasta nuestros días. (p.1)

Un ejemplo de ella es la situación actual de Venezuela. Nicolás Maduro y su gobierno han dejado incomunicados del mundo a sus pobladores, quitándoles el derecho de informarse y

alejando a los demás países de lo que acontece en esta nación. Ante esto, los venezolanos buscaron la forma de informar bajo sus conocimientos toda la tragedia política vivida en estos momentos.

Existen páginas en RRSS, blogs informativos y canales de internet que muestran el acontecer venezolano para que el mundo conozca lo que sucede. Son redes pequeñas, pero mantienen viva la comunicación de Venezuela con el mundo.

Otro ejemplo es Chile, en una investigación muestra la participación ciudadana en pequeñas poblaciones que satisfacen las demandas informativas locales. La anterior muestra un desafío de la política y la posibilidad de límites de esta.

Delamaza, Robles, Montecinos y Ochsenius (2017) concluyen:

La política y lo político vuelven a asociarse a la deliberación y al consenso en espacios de discusión abiertos y flexibles, donde las nociones técnicas y políticas son una parte importante del proceso, pero no más relevantes que la visión de ciudadanos y comunidades que quieren formar parte de los procesos de construcción de sus soluciones en el proceso de articulación de redes de políticas (p.80)

La participación ciudadana de este país muestra un interés en los sistemas políticos y su desarrollo, pero hay debilidad por estas redes que se involucra y no permite la expresión completa de la ciudadanía chilena. Sin embargo, existe una fuerza que sobrevive ante esta situación.

Los costarricenses no son la excepción, cada vez hay más escritores que lectores que usan herramientas informativas para denunciar situaciones, mostrar temas de distintos contenidos y brindar un enlace entre todos los interesados. La participación crece poco a poco sin ser medida.

Hace diez años o menos la idea de participar dando su opinión era un tema en el que los costarricenses huían por temores propios a la cultura del país. Así se mostró Delfino (2008) en el blog 89 decibles después de Primer Encuentro Internacional de Periodismo Ciudadano.

Alguien señala con atino (Beto, compañero usuario de 89dB) lo complicado que es enfrentar en Costa Rica. Lo temerosos que somos, el miedo a caer mal (arte que yo por deficiencias de nacimiento, practico con desenfreno), el miedo a cuestionar, a criticar, a proponer. (Delfino, 2008, párr. 15).

Ese temor se ha perdido con el pasar de los años y una de las herramientas para eliminarlo son las plataformas digitales ya que los usuarios utilizan desde su perfil personal hasta los perfiles de empresas y medios para comunicar sus opiniones y disconformidades sobre temas de interés público.

En la presente investigación se analizará ampliamente sobre la interacción, contenido y percepción de los usuarios sobre las páginas de entretenimiento y su relación con el periodismo ciudadano.

### **CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO**

Según Barrantes (2002), este capítulo “...nos dirá cómo y con qué se realiza la investigación” (p.130), el marco metodológico es lo que le dará validez a lo estudiado por medio de la aplicación de los instrumentos. Antes de este, debe conocerse y clasificarse la investigación en distintos conceptos.

#### **Enfoque de la investigación**

Según Barrantes (2002), el enfoque “...es descubrir y comprender los puntos esenciales de un problema o un negocio para tratarlo o resolverlo acertadamente” (p. 57)

Los puntos esenciales de la investigación parten de los objetivos que el investigador plantee. Con una observación y valoración profunda del caso empiezan a fluir las interrogantes que dirigen a esos puntos esenciales por investigar.

En la presente investigación, se busca primordialmente analizar el impacto de las páginas citadas en redes sociales y en plataformas digitales (blogs) determinadas en la población seguidora. Para ello, se analizarán las publicaciones en un período determinado, tomando una muestra y de ahí definir los objetivos.

Existen tres tipos de enfoques que son aplicables en la investigación según cada objetivo impuesto:

#### **Enfoque cuantitativo**

Hernández, Fernández, Baptista (2014) define este enfoque como aquel que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar (p.4)

Hernández et al (2014) plantea una serie de características sobre el enfoque cuantitativo, para la investigación se presentarán las más relevantes:

1. Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación: ¿cada cuánto ocurren y con qué magnitud?

2. El investigador o investigadora plantea un problema de estudio delimitado y concreto sobre el fenómeno, aunque en evolución. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.
3. Así, las hipótesis (por ahora denominémoslas “creencias”) se generan antes de recolectar y analizar los datos.
4. Dado que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y deben analizarse con métodos estadísticos.
5. En el proceso trata de tenerse el mayor control para lograr que otras posibles explicaciones, distintas de “rivales” a la propuesta del estudio (hipótesis), se desechen y se excluya la incertidumbre y minimice el error. Por esto, se confía en la experimentación o en las pruebas de causalidad. (p. 6)

La objetividad es un aspecto que identifica el enfoque cuantitativo. Según Barrantes (2002) “...el investigador es un elemento externo al objeto que se investiga” (p. 71).

### **Enfoque Cualitativo**

Hernández et al. (2014) es “aquel que utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7).

De la misma forma, el enfoque cualitativo tiene características ostentadas por Hernández et al. (2014), se presentarán las más relevantes para la investigación:

1. El investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso definido claramente. Sus planteamientos iniciales no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo.
2. En la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza examinando los hechos en sí y en el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo que observa (Sternberg, 2002). Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas).

3. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, sino que se generan durante el proceso y se perfeccionan conforme se recaban más datos; son un resultado del estudio.
4. El proceso de indagación es más flexible y se mueve entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal como la observan los actores de un sistema social definido previamente. Es holístico, porque se precia de considerar el “todo” sin reducirlo al estudio de sus partes.
5. La aproximación cualitativa evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación de la realidad (Corbeta, 2003).
6. Postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo, convergen varias “realidades”, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce en la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de datos. (p.9)

El investigador puede ser más subjetivo en este enfoque. Hernández et al (2014) agrega que el “enfoque cualitativo puede concebirse 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)

### ***Diferencias entre enfoque cuantitativo y cualitativo.***

Los objetivos son los determinantes de cada enfoque, sin embargo, puede existir confusiones entre cada uno de ellos o bien, se puede descubrir que el enfoque tengas características de dos tipos. Primeramente, se observará un cuadro que muestra diferencias entre cada uno y las dimensiones que los califican

Tabla1. Diferencias de los enfoques

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cuantitativo	Enfoque cualitativo
Marcos generales de referencia básicos	Positivismo, neopositivismo y pospositivismo.	Fenomenología, constructivismo, naturalismo, interpretativismo.
Punto de partida*	Hay una realidad que conocer. Esto puede hacerse a través de la mente.	Hay una realidad que descubrir, construir e interpretar. La realidad es la mente.
Realidad que se va a estudiar	Existe una realidad objetiva única. El mundo es concebido como externo al investigador.	Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es “relativo” y sólo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados.

Nota:(Hernández 2014, p. 10)

Continúa

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cuantitativo	Enfoque cualitativo
Perspectiva del investigador en el análisis de los datos	Externa (al margen de los datos). El investigador no involucra sus creencias ni tendencias en el análisis. Mantiene distancia de éste.	Interna (desde los datos). El investigador involucra en el análisis sus propias creencias, así como la relación que tuvo con los participantes del estudio.
Principales criterios de evaluación en la recolección y análisis de los datos	Objetividad, rigor, confiabilidad y validez.	Credibilidad, confirmación, valoración, representatividad de voces y transferencia.
Presentación de resultados	Tablas, diagramas y modelos estadísticos. El formato de presentación es relativamente estándar.	El investigador emplea una variedad de formatos para reportar sus resultados: narraciones, fragmentos de textos, videos, audios, fotografías y mapas; diagramas, matrices y modelos conceptuales.
Reporte de resultados	Los reportes utilizan un tono objetivo, impersonal, no emotivo.	Los reportes utilizan un tono personal y emotivo.

Nota: (Hernández, 2014, p. 12)

### Enfoque Mixto

En resumen, este se aplica cuando en la investigación hay de los dos enfoques citados anteriormente. Muchos estudios, foros de opinión de los expertos y exploraciones han llevado a crear el enfoque porque existen temas que valoran las dos opciones.

Para Hernández (2008):

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (p. 534)

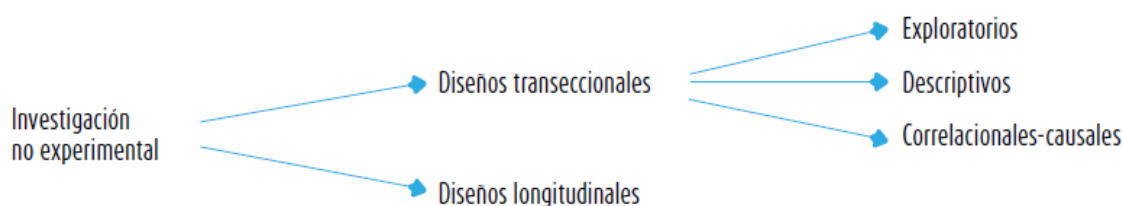
Cuando se utiliza el enfoque mixto hay ventajas que Hernández et al (2014) expone como lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. En la presente investigación, se utilizará el enfoque cualitativo ya que los objetivos de la misma buscan interpretar las acciones de medios de entretenimiento digital, sus cualidades, la percepción sobre ellas, y lo que puede causar en la sociedad.

## Diseño de Investigación

Es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento (Hernández et al 2014). Existen tipos de diseños de investigación, algunos ya ligados a los enfoques y métodos ya planteados.

Una forma de mostrar el desglose del diseño es la siguiente:

Figura 1. Tipos de diseños no experimentales.



Nota: (Hernández 2014, p. 155)

El diseño por utilizar será descriptivo y explicativo, porque pretende mostrarse, lo que está cambiando en la era digital y la razón de lo sucedido. Las páginas que se estudiarán mostrarán ciertas características que serán analizadas para describirlas y explicarlas a la población de interés.

Según Hernández *et al.* (2014) el diseño descriptivo indaga la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos.

Además, “los estudios explicativos Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian” (Hernández *et al.*, 2014, p. 95)

En este caso, las variables a estudiar son respecto a las reacciones de contenido, la percepción general de la página y opiniones de los expertos sobre medios digitales, que servirá para describir lo que acontece con ellos.

Además, se comprobará con las categorías si aplica si el contenido está vinculado con periodismo. Así como se determinará la existencia de aportes a la sociedad y su relación con el periodismo ciudadano.

## **Métodos de investigación**

### **Método Deductivo**

Dávila (2006) lo define como:

Un sistema para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones, lo cual se logra mediante una serie de enunciados que reciben el nombre de silogismos, los mismos comprenden tres elementos: a) la premisa mayor, b) la premisa menor y c) la conclusión (pág. 184)

Este razonamiento se basa en premisas ya estudiadas para que sean verídicas y reales, de lo contrario, las deducciones no serían correctas y no se llegaría a una conclusión real.

### **Método Inductivo**

Es contrario al método deductivo. Se basa sobre premisas y el inductivo según Dávila (2006) “la conclusión se alcanza observando ejemplos y generalizando de ellos a la clase completa” (p. 186)

Los pasos del método inductivo son: Observación, Formulación de hipótesis, Verificación, Ley y Teoría (Dávila, 2006, p.186). El grupo sobre el que se aplica este método es pequeño con el fin de que las conclusiones inductivas sean absolutas.

En la presente investigación, se presentará el método inductivo debido al análisis en las redes sociales y su interacción. Además de lograr entender la percepción de los usuarios seguidores.

## **Población y Muestra**

Las unidades de muestreo se centran en el que o quienes se va a realizar la investigación (solo en el censo se utiliza toda la población). Estos pueden ser personas, objetos, situaciones entre otros, Se elegirá la muestra correcta depende del objetivo a estudiar (Hernández 2014, p.172)

La muestra del presente estudio será las personas seguidoras de las páginas con una edad establecida, así también será los directores de los medios de comunicación formales y los profesionales en el área digital. A partir de esto se delimitará la población.

Existen dos tipos de muestras. Según Hernández (2014) “...la muestra probabilística todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra” (p.175)

Por otro lado, la muestra no probabilística consiste en que, “la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las causas relacionadas con las características del estudio o propias de la investigación” (p.176)

Para la realización de esta investigación se utilizará la muestra no probabilística debido a un perfil que se realizó visualizando de manera profunda sobre los seguidores. El perfil seleccionado tiene las siguientes características:

- ✓ Es una población adulto joven (personas de 20 a 35 años)
- ✓ Buscan una forma de entretenerse
- ✓ Son seguidores de las páginas
- ✓ Comentan sobre ellas y comparten publicaciones con sus amigos

Además, el tipo de estudio de la muestra será etnográfico cultural que consiste en una comunidad o grupo cultural, 30-50 casos que lo conformen. Si es menor el grupo, se debe incluir a todos los individuos o el mayor número posible. (Hernández *et al.*, 2014, p. 385)

Con respecto a la población, según Hernández et al (2014) citando a Lepkowski (2008) la población es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). La población es la totalidad de las personas que están incluidas en la investigación, en este caso existen varias.

Población 1. Los usuarios seguidores corresponden a las personas que se les enviará el sondeo para medir la percepción que tienen sobre las páginas. Se trabajará en un grupo de 60 personas, que brinde preguntas sobre las tres páginas para comparar los resultados.

Población 2. Los directores de medios de comunicación digital formales serán la población que hablará de los aportes que pueden brindar esas páginas y cómo afecta sobre ellos sus publicaciones. Se realizarán entrevistas de profundidad para conocer distintos criterios.

Población 3. Se referirá a los profesionales en medios digitales que puedan brindarnos más información sobre cómo comunicar al público de una manera correcta. Se solicitará recomendaciones para elaborar un buen blog informativo. Se aplicará la entrevista a profundidad.

Población 4. Administradores de los medios estudiados. Serán las personas que controlan las publicaciones, se pretende conocer las intenciones que tienen al respecto de las publicaciones realizadas.

### Variables de investigación

A partir de los objetivos se determinarán una serie de aspectos a valorar para llevar a cabo la investigación efectivamente y logrando definir lo que se busca para cada objetivo. Lo más importante es identificar qué instrumento se utilizará para cada objetivo.

A continuación, se presentará el siguiente cuadro para representar la información.

Tabla 4. Variables de Investigación

Objetivos específicos	Unidades de Análisis	Variable Conceptual	Variable operacional	Variable Instrumental
Estudiar la estructura de las páginas o micro blogs Tome pal Pinto, El infierno en Costa Rica y el Mae CR	Estructura informativa y visual de las páginas	Estructura informativa: La forma en que redactan en la página. Estructura visual: Aspectos que captan la atención a simple vista (colores, letra, dibujos, fotos, logo)	Mostrar la periodicidad, la redacción, lenguaje, fuentes, aplicaciones multimedia, enlaces externos, periodicidad y personalidad del personaje	Análisis de contenido

<p>Determinar la percepción e interacción de los usuarios que visitan y opinan en los sitios mencionados.</p>	<p>Apreciación de las páginas según los puntos de vista de los usuarios seleccionados.</p>	<p>Usuarios: Personas que visitan la página de forma que les sale inmediatamente sus publicaciones en el muro de Facebook. Además de aquellos que ingresan al blog o página.</p>	<p>Conocer la percepción, frecuencia y el interés de los usuarios</p>	<p>Sondeo</p>
<p>Indagar acerca del contenido de los aportes que hacen los blogs desde lo socio-popular, político, ambiental y de valores culturales.</p>	<p>Contenido de las publicaciones y las reacciones que tienen sus usuarios sobre ellas</p>	<p>Contenido: Texto, fotos y vídeos en conjunto que busca captar atención. Reacciones: Formas de representación de los usuarios sobre el contenido</p>	<p>Conocer la versatilidad, interacción, credibilidad, veracidad, ética y objetividad en cada una de las noticias seleccionadas y el criterio de profesionales</p>	<p>Análisis de contenido y entrevistas en profundidad</p>
<p>Determinar si los aportes y el contenido de estos blogs se pueden enmarcar como periodismo ciudadano</p>	<p>Contenido puede incluirse en el periodismo ciudadano y porque</p>	<p>Periodismo ciudadano: publicación noticiosa de parte de los ciudadanos no profesionales en esta área.</p>	<p>Conocer criterios de profesionales sobre las páginas estudiadas y su valoración sobre</p>	<p>Entrevista en profundidad</p>

			periodismos ciudadano y competencia.	
Elaborar una guía con contenidos y estructura base para diseñar blogs con enfoque de periodismo ciudadano.	Aspectos básicos para hacer un blog informativo	Guía: Se trata de un conjunto de recomendaciones para hacer algo de la manera adecuada.	Dar una guía que ayude a futuros comunicadores sobre periodismo ciudadano digital	Entrevista en profundidad

Nota: Elaboración propia

### **Instrumentos de la investigación**

Para conseguir las conclusiones de esta investigación se utilizará y desarrollará cada una de los instrumentos de medición mostrados en el cuadro de variables. Según, Bernal (2010) citando a Daniel y Gates "...la medición es el proceso de asignar números o marcadores a objetos, personas, estados o hechos, según reglas específicas para representar la cantidad o cualidad de un atributo" (p. 246)

A continuación, se ampliará la forma de utilizar los instrumentos de medición:

#### **Análisis de Contenido**

Según Barrantes (1999) se trata de una técnica para estudiar la comunicación objetiva, sistemática (p.199). Se puede llevar en cualquier tipo de información tanto escrita como oral.

En la presente indagación se analizará el contenido de las páginas de red Facebook "Tome Pal Pinto", "El Mae CR" y "El infierno en Costa Rica".

Perfiles a estudiar:

***Tome pal Pinto (Tpp).***

Página Web y página de Facebook que tiene la finalidad de ofrecer contenido humorístico e información 24/7. Según su perfil el sitio permite que los costarricenses puedan enterarse, en tiempo real, de lo que acontece a nivel nacional e internacional.

Su visión es ser la página número uno de entretenimiento e información en Costa Rica. Fue fundada el 20 de junio del 2010 y su director se llama Didier Jiménez. En Facebook cuenta con 718 447 seguidores y con 726 096 que dieron like al sitio al mes de julio.

### ***El MaeCR.***

Se manifiesta como un personaje público que muestra en su red social Facebook contenido humorístico y de denuncia. La página El Mae CR cuenta con 174 801 y con 174 728 que dieron like al sitio en el mes de julio. La página web del MaeCR se utiliza para ver películas en línea por lo que no aplicará para la investigación.

### ***El Infierno en Costa Rica.***

Se trata de un blog y red social Facebook dirigida por un personaje ficticio llamado “El Chamuko”. Se define por ser un diablillo que trabaja en un ente del Gobierno (según su descripción en su perfil) que quiere difundir denuncias y acciones indebidas del acontecer costarricense.

Poco a poco, sus publicaciones fueron tomando fuerza hasta hacerse un blog viral y herramienta para las personas que desean difundir alguna molestia de alguna empresa, ya se privada o pública. La página El Infierno en Costa Rica cuenta con 296 255 seguidores y con 293 623 que dieron *like* al sitio en el mes de julio.

Los factores estudiados serán los comentarios, reacciones y compartidos de los usuarios seguidores en las publicaciones relacionadas con noticias nacionales e internacionales. Dichos informes incluyen, vídeos, fotografías, notas redactadas, debates entre otros, con esto se analizará la estructura de cada medio.

Cada página tiene contenido variado tanto informativo como de entretenimiento que cuenta con un público seguidor que se mantiene en contacto por medio de la interacción entre usuarios y el administrador.

Barrantes (2002) explica que debe definirse un universo para analizar, definir unidades y categorizar. “El universo es la obra completa, el conjunto total de elementos que se desea analizar” (p.200)

Las personas que siguen una página en Facebook son aquellas que su contenido se mostrará en su muro por la frecuencia de visitación o interacción con el sitio. A diferencia de los que dan like, el contenido no es tan frecuente en su muro de amigos e intereses.

En cada una de las páginas que serán analizadas la diferencia entre sus seguidores y los likes es mínima. Sin embargo, se tomará el dato de los usuarios.

Las unidades de análisis de este instrumento, según Barrantes (2002) “son segmentos de contenido de los mensajes que son caracterizados para ubicarlos dentro de categorías” (p.200)

Existen cinco unidades importantes:

- La palabra
- El tema
- El ítem
- El personaje
- Las medidas de espacio y tiempo

Las categorías, según Barrantes (2002) se definen “como niveles donde serán caracterizadas las unidades de análisis” (p.200). Estas son de asunto o tópico, de dirección, de valores, de receptores y físicas.

Se realizarán hojas de codificación con el fin de acomodar las unidades de análisis en las categorías y subcategorías. Esto ayudará a que el instrumento tenga más validez y confiabilidad.

### **Entrevistas en profundidad**

La definición de entrevista según Bernal (2010) en mención de Buendía, Colás y Hernández (2001):

La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el

cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador (p. 256)

Previo a la entrevista, se debe estudiar los antecedentes y referencias sobre el tema en cuestión para realizar las preguntas a los entrevistados, para conseguir lo que no se encontró en el documento.

La entrevista en profundidad no se trata de buscar respuestas superficiales, por el contrario, pretende explotar el conocimiento del experto o profesional en el tema en cuestión, para entender las variables.

Se pretende entrevistar a ciertos profesionales en distintas áreas como en tecnologías de información y comunicación, periodistas y directores de medios digitales, así como conocedores de interacción en RRSS. La siguiente tabla muestra los consultados:

Tabla 5. Entrevistados de profundidad

Entrevistado	Pseudónimo	Cargo	Tema	Fecha y hora	Lugar
<b>Marilyn Agüero</b>	Agüero	Profesora y encargada de comunicación	Blogs digitales y páginas digitales	10 de octubre del 2017	UCR
<b>Ricardo Cordero</b>	Cordero	Bloguero conocido y ganador del premio Congeniality Blogger	Recomendaciones para un buen blog	18 de octubre del 2017	San José
<b>Óscar Ulloa</b>	Ulloa	Periodista y encargado de transmisión digital de Noticias	Recomendaciones para llevar a cabo un medio digital y criterio sobre medios de	24 de octubre del 2017	Vía correo electrónico

		Repretel	entretenimiento		
<b>Glenda Solano</b>	Solano	Encargada de medios interactivos en Teletica.com	Recomendaciones para manejar RRSS de manera efectiva	17 de octubre	Vía telefónica
<b>Richard Molina</b>	Molina	Director de medio digital El GuardiánCR	Criterio sobre los sitios estudiados, recomendaciones de mejora	18 de octubre del 2017	Multicentro de Desamparados
<b>Guillermo Fernández</b>	Fernández	Periodista de varios medios digitales como crhoy.com	Criterio sobre los sitios estudiados, recomendaciones de mejora	17 de octubre del 2017	Ulatina San Pedro
<b>Natahía Villalobos</b>	Villalobos	Periodista del medio digital elmundocr.com	Criterio sobre los sitios estudiados, recomendaciones de mejora	30 de octubre del 2017	Vía correo electrónico
<b>Carlos Flores</b>	Flores	Colaborador de Tome Pal Pinto	Forma de trabajar en ese sitio	23 de octubre del 2017	Vía telefónica

Por cada entrevista y categoría se realizará un cuestionario con las preguntas previamente elaboradas y analizadas para cada uno de los entrevistados. El objetivo que llevó a cabo la elección de este instrumento, es analizar las herramientas digitales utilizadas por los cibernautas y buscar las repercusiones del auge de las páginas estudiadas.

### **Sondeo**

También se califica como cuestionario, según ese instrumento está ligado al enfoque cuantitativo, pero puede servir como técnica de recolección de datos para ser una parte importante de la recolección de una averiguación cualitativa (Barrantes, 1999, p.215)

Según Barrantes (2002) citando a Hernández, Fernández y Baptista (1999) ese cuestionario consiste en “recoger información en grupos numerosos con un corto mínimo de tiempo y esfuerzo” (p. 215).

Para efectos de la investigación, se realizará un sondeo a 60 personas para conocer la percepción que tienen los usuarios sobre los medios investigados. Se realizó unas categorías para conocer frecuencia de visitación, credibilidad y opinión personal.

### **Proceso de recolección de datos**

Antes de iniciar el tema es importante definir que es una muestra o unidad de muestreo. Hernández *et al.* (2014) define como el “qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos sucesos o colectividades de estudio, lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación” (p.172)

El tipo de muestra utilizado en la investigación calificada como cualitativa será la no probabilística. Esta consiste en “que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador “(Hernández, 2014, citando a Battaglia *et al.*, 2014, p.172).

Una vez definidos los instrumentos, se lleva a cabo el proceso de recolección de datos conforme se va llevando a cabo el desarrollo de cada uno.

Según Barrantes (2002) la información se recolecta a partir de:

- La forma en que el investigador percibe e interpreta la realidad: Que se llevará a cabo con la observación que tiene el objetivo de ver una comparación de sitios digitales con diferencias y similitudes.
- La perspectiva de los demás participantes en la investigación: se aplicará en la entrevista con uno de los personajes detrás de los perfiles de las redes

- La respuesta de los participantes a la perspectiva del investigador: Que se reflejarán en las entrevistas de profundidad a profesionales en el tema en cuestión.

La perspectiva que el investigador o participante tienen de sí mismos: Que se llevará a cabo por medio del grupo focal y la percepción que tienen sobre las páginas investigadas. (pp.165-166).

Cada uno de los instrumentos está ligado a los objetivos por lo que el proceso de recolección automáticamente se relaciona a estos.

Según Hernández *et al.* (2014) hay un plan para determinar el proceso de recolección de datos:

- a) ¿Cuáles son las fuentes de las que se obtendrán los datos? Es decir, los datos van a ser proporcionados por personas, se producirán de observaciones y registros o se encuentran en documentos, archivos, bases de datos, etcétera.
- b) ¿En dónde se localizan tales fuentes? Regularmente en la muestra seleccionada, pero es indispensable definir con precisión.
- c) ¿A través de qué medio o método vamos a recolectar los datos? Esta fase implica elegir uno o varios medios y definir los procedimientos que utilizaremos en la recolección de los datos. El método o métodos deben ser confiables, válidos y “objetivos”.
- d) Una vez recolectados, ¿de qué forma vamos a prepararlos para que puedan analizarse y respondamos al planteamiento del problema? (p.198)

### **Sujetos**

Según Barrantes (2002) deben especificarse “quienes son las personas del objeto de estudio. Su escogimiento depende del problema por resolver” (p. 135)

Según el objetivo uno y tres el instrumento que se utilizará es el análisis de contenido, ante esto los sujetos serán las personas seguidoras y activas de la página. La actividad que se lleve a cabo, será la calificada para el análisis.

Según el objetivo dos, el instrumento utilizado será el sondeo. Las 60 personas electas según las características analizadas serán la población delimitada para conocer la percepción sobre las páginas.

Respecto de los objetivos cuatro y cinco el instrumento utilizado serán las entrevistas en profundidad. Los periodistas, directores de medios y blogueros serán los sujetos que ayudarán a que se obtenga la información requerida.

### **Fuentes**

Es importante definir los elementos antes de identificarlos en la investigación, las fuentes, según Hernández *et al* (2014) citando a Castillo (2009) “...son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias” (p.54)

Las fuentes documentales son los libros de periodismo ciudadano, internet, redes sociales, confiabilidad virtual nacional e internacional. También se incluyen las publicaciones, vídeos y fotografías de cada uno de los sitios en análisis.

Las fuentes primarias, que brindan otro tipo de información (Román y Rodríguez, 2014, p.55) serán las declaraciones de los medios de comunicación, así como las respuestas que brinden los encargados de los medios de entretenimiento.

Además, se determinan como fuentes, las entrevistas realizadas a los profesionales, en tecnologías de información, periodismo 3.0 y periodismo ciudadano en general.

### **Tipo de Investigación**

#### **Experimental**

Según Ávila (2006) consiste en “...un experimento tiene como propósito evaluar o examinar los efectos que se manifiestan en la variable dependiente cuando se introduce la variable independiente, es decir, se trata de probar una relación causal” (p. 60)

Por lo que para evaluar el comportamiento de la muestra o la población el investigador debe interferir.

Las ventajas, según Ávila (2006) de la investigación experimental, son:

- La asignación aleatoria de las unidades de análisis a los grupos experimental y control permite controlar la validez interna del experimento.
- Las posibles diferencias que manifiesten en los grupos son producto de la casualidad.

La asignación por apareamiento aleatorio permite controlar las diferencias entre las unidades de análisis. (p.63)

### **No experimental**

Según Ávila (2006) en esta investigación o Ex Post Facto "...los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos" (p.76)

La presente investigación se manejará bajo la clasificación no experimental ya que el investigador pretende por medio de la observación y el análisis lo que acontece con cada una de las páginas y la percepción que los usuarios tienen sobre esta. De esta forma no intervendrá en las variables por lo que se limita ver cambios.

### **Métodos de Análisis**

Según Barrantes (2002) en el campo de la investigación "los paradigmas son un aspecto indispensable para definir la forma en la que esta se desarrolla ya que determinan nuestras acciones y se convierten en un mediatizador de la forma en que pensamos y actuamos" (p.56)

Por medio de los paradigmas existe una vía de percepción que mostrará algo, para comprenderlo de la mejor forma. Es una manera de medir lo intangible por medio de un grupo de miembros que tienen en común lenguaje, valores, metas y creencias. (Barrantes, 1999, p.57)

Existen dos grandes tipos de paradigmas y dentro de ellos se encuentran distintos enfoques como el cuantitativo y el cualitativo. Estas son el positivismo y el naturalismo que provienen de dos tradiciones filosóficas: el realismo y el idealismo.

**Paradigma positivista**

También se denomina empírico – analítico y racionalista y según Barrantes (2002) el interés de este paradigma es explicar, controlar y predecir (p.60)

En este proceso, los valores son explícitos e influyen en la investigación todos los relacionados, estos incluyen los valores del investigador, del paradigma, del contexto y los de la teoría en la que se fundamentan. (Barrantes, 2002, p.60)

**Paradigma naturalista**

También se denomina como naturalista- humanista o interpretativo, según Barrantes (2002) “su interés se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social” (p. 60)

La investigación pertenece al paradigma naturalista debido a que se pretende conocer la percepción de los usuarios sobre las páginas analizadas y razonar las acciones como la interacción y credibilidad sobre las mismas en un período establecido. El interés de la investigación es comprender e interpretar lo que está sucediendo con la población, las páginas estudiadas y los medios digitales más cercanos.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez terminado el proceso de aplicación de los instrumentos sobre la población y las variables estudiadas el panorama de conclusiones empieza a surgir. Poco a poco los resultados muestran si los objetivos planteados se lograron y si las deducciones pensadas son reales o no.

El análisis de los datos obtenidos contribuyó a comprobar la fundamentación de cada una de las preguntas formuladas en el problema y conocer nuevas hipótesis para una futura investigación.

En el presente capítulo se expondrá la metodología aplicada en cada uno de los instrumentos seleccionados y sus unidades de análisis. Para una mejor comprensión, se presentarán en las siguientes categorías.

Tabla. Categorías y unidades de análisis.

Unidades de análisis	Categorías
<b>Estructura informativa y visual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción y ortografía</li> <li>• Lenguaje</li> <li>• Fuentes</li> <li>• Multimedia y enlaces externos</li> <li>• Título / Entradas</li> <li>• Personalidad</li> <li>• Periodicidad</li> </ul>
<b>Apreciación de las páginas según los usuarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad y género</li> <li>• Frecuencia de visitas</li> <li>• Interés de los usuarios</li> <li>• Percepción de los usuarios</li> </ul>
<b>Contenido de las páginas y reacciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción y credibilidad.</li> <li>• Veracidad</li> <li>• Ética</li> <li>• Objetividad</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versatilidad</li> <li>• Publicidad</li> </ul>
<b>Contenido catalogado o no como periodismo ciudadano</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de negocio</li> <li>• Formalidad</li> <li>• Competencia con medios digitales formales</li> <li>• Periodismo ciudadano o no</li> </ul>
<b>Recomendaciones para hacer un buen medio digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación</li> <li>• Innovación y constancia</li> <li>• Pasión</li> </ul>

Nota: Elaboración propia

### **Categoría 1. Estructura informativa y visual**

Para determinar la estructura informativa y visual de las páginas se realizó el análisis de contenido con características físicas de la página y con un grupo de categorías que mostraran diferencias o similitudes entre las noticias de cada mes.

Los análisis se realizaron solo a las páginas digitales El Mae CR y Tome Pal Pinto debido que, El Infierno en Costa Rica, cerró su cuenta en el mes de setiembre y sus publicaciones desaparecieron del todo. Se realizaron dos tipos de observaciones en el periodo desde enero hasta setiembre del presente año. El primero que se mostrará es un análisis de estructura y las categorías de calificación.

#### **El MaeCR**

La apariencia de esta página ha ido cambiando con el transcurso del presente año y hasta ahora tiene RRSS: Facebook, Instagram y Twitter. Se descubrió en el análisis que dicha página es una continuación de otra llamada “iMae” que ya no existe.

Un joven graduado de ingeniería informática que en el mes de enero no tenía empleo empezó con la página, con esto último ya se demuestra que no es un profesional en periodismo ni en comunicación. Esto lo indicó en uno de sus vídeos en el mes de enero.

En una las grabaciones semanales para interactuar con sus seguidores, el administrador (se desconoce su nombre) indicaba que estaba en busca de publicidad para un mantenimiento de la página. Además, pronto publicó espacios para que los comercios lo contactaran para anunciarse.

Conforme pasaban los meses, El MaeCR introducía más interacción y promociones para captar la atención de los usuarios. Y así fue, poco a poco fueron creciendo el número de integrantes a la página, así como reacciones y comentarios.

Lo que hizo que El MaeCR tuviera más popularidad de la que tenía fue una publicación filtrada sobre una llamada privada a un centro de servicio al cliente de una compañía de telecomunicaciones.

Desde el primer mes de análisis la página tuvo su tipografía y su logo y con el pasar de los meses las imágenes donde se realizaban las publicaciones fueron cambiando sus colores y plantillas de diseño. (Ver Apéndice R)

Los colores azul y rojo y las figuras de carretas típicas y coloridas han cambiado por una imagen blanca y negra más sobria con el mismo logo que consiste en el diseño del rostro del joven administrador. (Ver Apéndice R)

Las categorías aplicadas a las publicaciones desde enero hasta setiembre mostraron datos sobre la parte más visual de la página. Lo resultados son los siguientes:

### ***Redacción y ortografía.***

La redacción es poca debido a que las publicaciones se realizan como las de un micro blog, sin embargo, la ortografía es muy buena. Casi no hay errores, aunque si se encuentran faltas de puntuación y carencias de mayúsculas.

Se logra ver buen uso de signos de interrogación, exclamación y de dialogo por lo que el mensaje es de buena comprensión. En la publicación del 9 de marzo se puede visualizar. (Ver Apéndice S)

### ***Lenguaje.***

Predomina el lenguaje natural, que consiste en escribir cómo se piensa o cómo se hablaría. El lenguaje popular y soez también se muestra debido a que las publicaciones buscan las palabras más típicas (populares) y algunas que demostraban sentimientos de molestia y que provocaba utilizar palabras soeces y pasadas de tono.

Con respecto al lenguaje técnico que se muestra se refiere al utilizado principalmente en la parte deportiva. Las publicaciones usaban palabras correctas sobre el fútbol nacional. En la imagen del 25 de agosto se puede analizar. (Ver Apéndice S)

La publicación se refiere el reto del balde que consistía en incitar a los jóvenes a arrojarse agua caliente encima. Se califica como grosera no solo en su lenguaje sino en la forma de tomar un tema tan delicado como la existencia de personas que quieren dañar a poblaciones jóvenes que se ven afectados e influenciados por factores de la sociedad.

### ***Fuentes.***

Las fuentes informativas del período analizado eran de noticias de otro medio ya que el contenido que mostraba era más de opinión y de interacción con los usuarios. El 19 de abril se publicó un audio filtrado que después tuvo repercusiones legales, sin embargo, la página no se vio afectada. (Ver Apéndice B)

### ***Multimedia y enlaces externos.***

Lo más utilizado en el material de la página fue la imagen diseñada y creada con el mismo administrador. Consiste en utilizar una plantilla con un fondo representativo para escribir información, pero manteniendo una identidad formando lo que se conoce como “meme”.

Se utilizaron vídeos y fotografías de otros medios y de archivo para ilustrar la información.

Con respecto a los enlaces externos no eran utilizados en la entrada de la publicación. Un ejemplo mostrado el 25 de mayo da el enlace de una página web que se utilizaba antes, pero dicha página ya no existe. (Ver Apéndice T)

### ***Títulos/ Entradas.***

Las entradas son las utilizadas en esta página y todas se resumen a que son emociones hechas palabras por lo que capta la atención de los usuarios que se logran identificar. Las entradas fueron poco llamativas en su mayoría, pero las imágenes captaban toda la atención. (Ver resultados en Apéndice B)

### ***Personalidad.***

Al principio de los meses no había tanta interacción como hasta en el presente y poco a poco fue mostrando más personalidad de El MaeCR y es parecido al caso de las entradas, se mostraban sus emociones como costarricenses y eso captaba la atención e identificación de los usuarios.

Un ejemplo se encuentra en el Apéndice H sobre los candidatos y la figura de El MaeCr La chota siempre está presente en la interacción de la página, es parte de la personalidad que muestra el personaje. Por lo que se ve en la imagen, la opción de reacción que escoge el administrador para su voto es “me divierte”.

### ***Periodicidad.***

Las publicaciones son diarias, sin embargo, no son solo de publicaciones informativas sino también de “memes” e ilustraciones que incitan a la chota de temas nacionales. Además, El MaeCr hace una sesión en directo todos los viernes para interactuar con sus usuarios sobre distintos temas de entretenimientos.

### **Tome Pal Pinto (Tpp).**

Este medio cuenta con página web y RRSS: Facebook, Twitter y Google+ y ha estado en la era digital desde hace siete años. Han cambiado su logo varias veces, pero a través de los meses estudiados han cambiado la estructura de la página web. (Ver Apéndice J)

Anteriormente, en los primeros meses de estudio se veía una página poco estructurada y desordenada. Los colores predominantes eran el rojo, negro y el blanco y con el pasar del tiempo se han mostrado distintos logos con otras características.

Además, las noticias se mostraban en una columna hacia abajo de forma horizontal y hacia la derecha exponía su publicidad.

Cuando se abría la nota informativa mostraba mucho desorden del texto con el contenido multimedia por lo que confundía la información. Ninguna de las noticias estudiadas tenía pie de foto ni infografías llamativas.

Tal como lo muestra la redacción de una noticia en abril sobre un acto cívico de la celebración de la Batalla de Rivas. (Ver Apéndice K)

El contenido multimedia está mal distribuido por lo que da como producto una noticia desordenada. Además, hace falta información sobre lo acontecido ya que solo cuenta con un párrafo.

### ***Redacción y Ortografía.***

Los aspectos que más se irrespetaron fueron de puntuación, mayúsculas y faltas de letras por redacción rápida. Hay notas informativas que tienen muy buena redacción, pero según lo investigado las notas las realizan distintos profesionales y parece que no tiene una estricta revisión antes de ser publicadas.

Ejemplo de esto es la publicación sobre el puente Alfredo González Flores en mayo (ver Apéndice L). Esta noticia muestra una buena redacción y muestra distintas fuentes. Esta fue una de las noticias mejor escritas en el análisis de período. Los signos de puntuación son correctos y la redacción es ordenada y precisa.

Contrario a esta noticia se identificó en julio, la publicación es sobre la participante más criticada en el concurso Tu Cara me suena de canal 7. El título puede confundir al lector incluyendo una pregunta. Hay problemas de puntuación y uso de mayúsculas. Se utilizará el mismo ejemplo para describir el lenguaje de la página estudiada. (Ver Apéndice D)

### ***Lenguaje.***

Predomina el lenguaje natural con un aire periodístico (redacción de nota) sin embargo muchas de las informaciones cayeron en el populismo, sexismo y en la cierta complejidad que confunde al lector. Todas son redactadas por distintas personas, pero no siguen una misma línea del lenguaje.

En las notas se muestra palabras sexistas hacia la figura pública y machistas hacia un personaje de otro personaje. Además, cae en el populismo con palabras como “brete” (Ver Apéndice D)

### ***Fuentes.***

Las notas publicadas tienen una fuente como mínimo y la mayoría de ellas se queda solo con esa declaración. Hace falta realimentación para que la noticia sea equilibrada y objetiva. Solo tres informes mostraron un máximo de tres fuentes.

También se identificó que muchas de las fuentes son extraídas de medios de comunicación formales o de cuentas oficiales de personas relacionadas (tal vez esta última sea un nuevo tipo de fuente informativa) por lo que no existía información propia de la página. Solo hubo un caso de que la información era propia.

Ejemplo de esto es la publicación del mes de agosto. La publicación indica la declaración que Francisco Molina le dio al periódico La Nación sobre el tema. Además, muestra las declaraciones que personeros de Casa Presidencial hacen en sus cuentas digitales. (Ver Apéndice L)

Otro caso es de los comentarios que se realizan en RRSS como fuente. Este es un ejemplo de una noticia en enero, (ver Apéndice O). Tpp utilizó esta publicación de un Facebook personal para realizar la noticia y adjunto la información como imagen. Esta puede ser una nueva forma de mostrar fuentes, sin embargo, se debe indagar a profundidad sobre la noticia y tomar el comentario como el inicio de la declaración del afectado.

### ***Aplicaciones multimedia.***

En todas las noticias por lo menos se mostraba una fotografía que ilustrara la noticia (solo una no). Se visualizó que se usa como fotografía comunicados de empresas o publicaciones en RRSS como fotografías y ningún caso mostró el pie de foto.

Ciertas imágenes mostraban el lugar de proveniencia multimedia, sin embargo les aplicaban el sello de la página como si fuera de ellos, por lo que cuando salieran en una búsqueda aparecerá como si fuese de ellos.

Un ejemplo de estos sellos es del mes de abril con la noticia de Eugenia Cartin: Los círculos rojos muestran el sello que utiliza Tpp para hacer las fotografías de su pertenencia, este es un caso de plagio pues son extraídas de la empresa que realiza los artículos en venta. Las fotografías que son de otro autor deben ser reconocidas a la hora de su utilización en un medio de comunicación o entretenimiento. (Ver Apéndice O)

La nota es de RCN Noticias, donde muestra la fuente verdadera de las fotografías utilizadas. Además, la redacción de la noticia de Tpp es muy parecida a la de RCN, este último medio publicó primero esta información en su página web.

### ***Títulos/ Entradas.***

Hay títulos que captan la atención inmediatamente y que están bien redactados, sin embargo, hay muchos que utilizan signos de interrogación o exclamación que confunden al lector.

Hay casos de títulos que exageran la noticia y la información interna muestra muy poco por lo que el lector no queda satisfecho con lo encontrado. Todo lo contrario, permanece con dudas y buscará otro medio para informarse.

### ***Enlaces externos.***

En todas las noticias de la página web había enlaces tanto internos como externos. Los externos enlazaban a las RRSS que tienen con el fin de que el lector la comparta en su cuenta y la publicidad se lograba ver en los alrededores. Los enlaces de publicidad llevaban a las páginas principales respectivas de cada comercio o a la página de registro para ingresar a la misma.

En Facebook la publicación creaba un enlace directo a la página web para leer la noticia por completo logrando las visitas deseadas. (Ver Apéndice D)

### ***Personalidad.***

El personaje se muestra más en la RRSS Facebook por medio de las entradas y los comentarios que realizaban. De igual forma se logró captar parte de su esencia para los usuarios. Se caracteriza por ser informativo, pero también muestra informalidad, chisme, y burla. (Ver Apéndice D)

### ***Periodicidad.***

Todos los días se publican noticias y, conforme pasa el tiempo las notas toman más forma y agilidad a la hora de publicarse. La estructura ha cambiado conforme pasaron los meses de estudio, se notó un cambio en el control de Tpp.

### **Categoría 2. Apreciación de las páginas según usuarios**

La siguiente presentación de resultados se llevó a cabo para medir la apreciación de las páginas según los puntos de vista de los usuarios seleccionados. El sondeo fue el instrumento utilizado para dicha unidad de análisis y a continuación se expondrán los datos revelados.

#### **Edad y género**

En la escogencia de las personas para el sondeo se trató de ser equitativo con respecto al rango de edades. El resultado arrojó que las personas son de 20 a 25 años predominan, siguiendo los usuarios que pertenecen al rango del 26 a 30 años y finalizando con un bajo, pero aun presente número de personas que representan el rango de 31 a 35 años. (Ver Apéndice A)

Con respecto al género, los usuarios masculinos fueron menos que del género femenino. Se dio la opción de que la pregunta no fuera obligatoria por lo que hubo un grupo que no contestó. (Ver Apéndice A)

#### **Frecuencia de visitas**

La frecuencia diaria con que se revisan los medios no fue muy alta. Sin embargo, hay en páginas que predominó cotidianidad en la que se revisan noticias semanalmente y mensualmente. (Ver Apéndice A)

La página Tome Pal Pinto fue la que dio resultados con mayor revisión de su material. La población indicó que ven su contenido en ese período. La cantidad de personas que predomina es la de frecuencia diaria, además, el rango mensual tiene parte alta de la población.

En el caso de El Infierno en Costa Rica, hay un grupo que ven el contenido, sin embargo, predominó la opción de no revisarla ningún día.

Un caso parecido pasa con El MaeCr ya que uno de los rangos más bajos está en la parte diaria mientras que predomina la que no lo hacen del todo. La página no es tan conocida como se esperaba.

En los tres casos hay un grupo de personas que si revisan el material diariamente por lo que sí existe una población que ve el contenido más seguido y tiene mayor interacción. En Facebook, las páginas visitadas por los usuarios aparecen automáticamente.

### Interés de los usuarios

El interés que se muestra en las publicaciones fue clasificado en números, mostrando del uno al cinco y siendo cinco la máxima puntuación. Al entender esto, se logró ver los siguientes resultados:

Tabla 6. Interés en publicaciones.

Página	1 (U)	2(U)	3 (U)	4 (U)	5 (U)
Tome Pal Pinto	5	11	20	8	13
El Inf. En CR	3	9	7	10	28
El Mae CR	2	1	9	7	38

Nota: Elaboración propia

Tome Pal Pinto predomina en la graduación tres, que es como un intermedio entre el punto mayor y el menor. En el caso de El Infierno de CR y el Mae Cr predomina el cinco que es el de menos interés. Sin embargo, hay otras numeraciones llamativas. En el caso de cada uno de los sitios estudiados la puntuación 1 no fue su fuerte, pero si mostró una preferencia más alta en los puntos medios como cuatro y tres.

El MaeCR y El Infierno en Costa Rica mostraron dichos resultados con diez y nueve personas que si les interesa la página. Si existe un público que llama les atención, pero con un menor rango.

En general se preguntó (interrogante cinco) sobre el criterio en general de cada una de las páginas y tuvo resultados diferentes a los de la respuesta anterior. Hubo mayor población en indicar que el sitio es interesante o poco atractivo, mientras que la opción nada atractiva solo predominó en el MaeCR. (Ver Apéndice A)

### Percepción de los usuarios

La veracidad de cada una de las páginas (según el grupo seleccionado) se muestra en esta pregunta. (Ver Apéndice A)

Los resultados de Tome Pal Pinto muestran que menos personas consideran que la página es fidedigna y la mayoría personas consideran lo contrario, por lo que aún no se gana la veracidad y confiabilidad de los usuarios y seguidores. Los resultados de El Infierno en Costa Rica y El MaeCR fueron parecidos al anterior, la mayoría de las personas piensan que NO son medios en los que creen.

En relación con esta pregunta se consultó el porqué de su respuesta para conocer motivos y revisar si coinciden o no a la opinión de los demás cuestionados. Hubo mucha coincidencia en las respuestas brindadas por lo que se realizó una clasificación.

Los resultados se sistematizaron por medio de un gráfico para demostrar la incidencia de respuestas. Los datos fueron los siguientes:

Tabla 7. Opiniones sobre veracidad.

Respuestas – Opiniones	Cantidad de personas
<b>Otras fuentes</b>	7
<b>Amarillismo</b>	14
<b>Temas de interés público</b>	10
<b>Fama</b>	7
<b>Nombre no da credibilidad</b>	15

Nota: Elaboración propia.

Las respuestas fueron muchas y amplias por lo que se sistematizaron en cinco categorías para ser explicadas. Siete de las respuestas encajaron en la categoría “otras fuentes” que consiste en que las noticias o publicaciones vistas en las páginas provienen de otros medios y son utilizados como fuentes.

Las respuestas de “amarillismo” son las que indicaban falta de fuentes, poca veracidad, negligencia, falta de seriedad, burla y amarillismo en general. En total se encontraron casi la mayoría de respuestas para dicha categoría.

Otra categoría fue “temas de interés público” que son aquellas respuestas que indican que las páginas tienen temas de interés social y nacional. Muestran características como mostrar la verdadera realidad nacional, denuncias reales, productividad y actualidad por lo que se considera de interés público para los usuarios.

Se creó una categoría llamada “fama” que muestra a esas personas que piensan que internet está lleno de páginas como las estudiadas y que lo único que buscan es rellenar con contenido falso o polémico para tener fama en internet y RRSS.

La quinta categoría llamada “nombre no da credibilidad” apunta a las respuestas de los que pensaban que el nombre es poco serio para tener información real. Además, indicaban que son páginas de chota y burla nacional por lo que se publique no puede ser real, es más informalidad que otra cosa. De esta categoría se mostraron respuestas, el pico más alto de la tabla.

Se preguntó sobre noticias que se han visto en las páginas estudiadas que no vieran en medios de comunicación formales para conocer sobre temas innovadores o distintos. Los resultados son los siguientes:

La respuesta NO es el que predomina en los tres sitios estudiados. En los datos de Tome Pal Pinto muestra menor número negativo de personas opinan esto, en El Infierno de Costa Rica y en el MaeCR es aún mayor. Las respuestas mostradas principalmente en el MaeCR son porque la página no es tan conocida como otras.

Sin embargo, en la parte positiva los cuestionados respondieron cuáles son esas publicaciones que hacen distinción con los medios de información. Las respuestas fueron situaciones de centros educativos en riesgo, oficial de tránsito pagando peaje a un ciudadano, evasión de impuestos, casos de estafas, corrupción y farándula nacional. (Ver Apéndice A)

Se consulta a los usuarios sobre la estructura y formatos de cada uno de los sitios estudiados. Tpp tuvo más puntos en la parte atractiva en comparación de los otros estudiados. Por

su parte, el Infierno en Costa Rica tuvo mayor puntaje en poco atractivo y el Mae Cr empató en poco y nada atractivo.

Se quería conocer si quisieran ver más páginas como las estudiadas para conocer sobre la satisfacción de las páginas sobre los usuarios y las respuestas fueron las siguientes. (Ver Apéndice A)

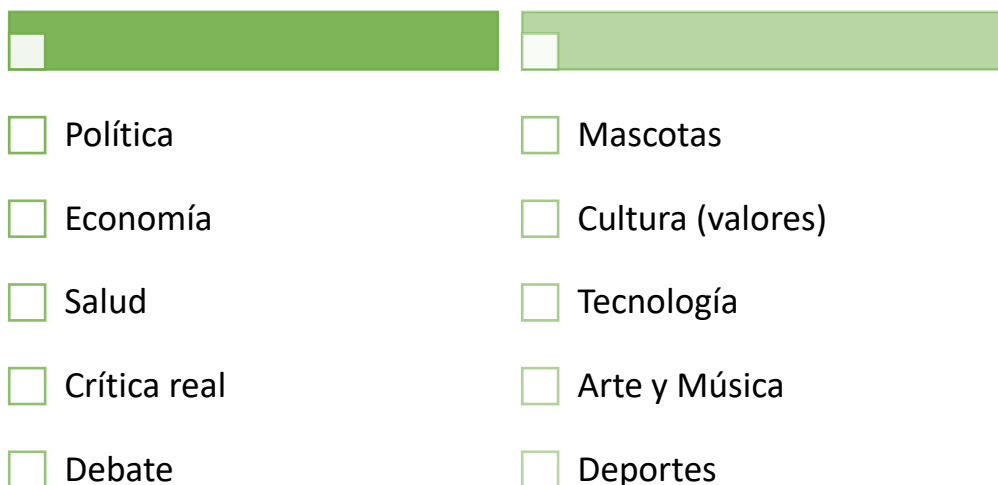
Aunque el resultado es bastante competitivo entre una y otra respuesta, al final la respuesta quedó empate. La mitad de las personas encuestadas dicen que si mientras que la otra mitad dice que no.

Se les consultó sobre las razones de su respuesta para entender mejor la pregunta anterior y es un debate entre intereses (ver Apéndice A) ya que muchos piensan en son informativos y divertidas y otros consideran que es una pérdida de tiempo dedicar un espacio a estas páginas.

Se pidieron aportes para estas páginas según los intereses de cada uno de los encuestados para conocer las carencias en los usuarios (ver Apéndice A). Se arrojó la siguiente información:

Figura 2. Aportes para un mejor contenido.

## Aportes

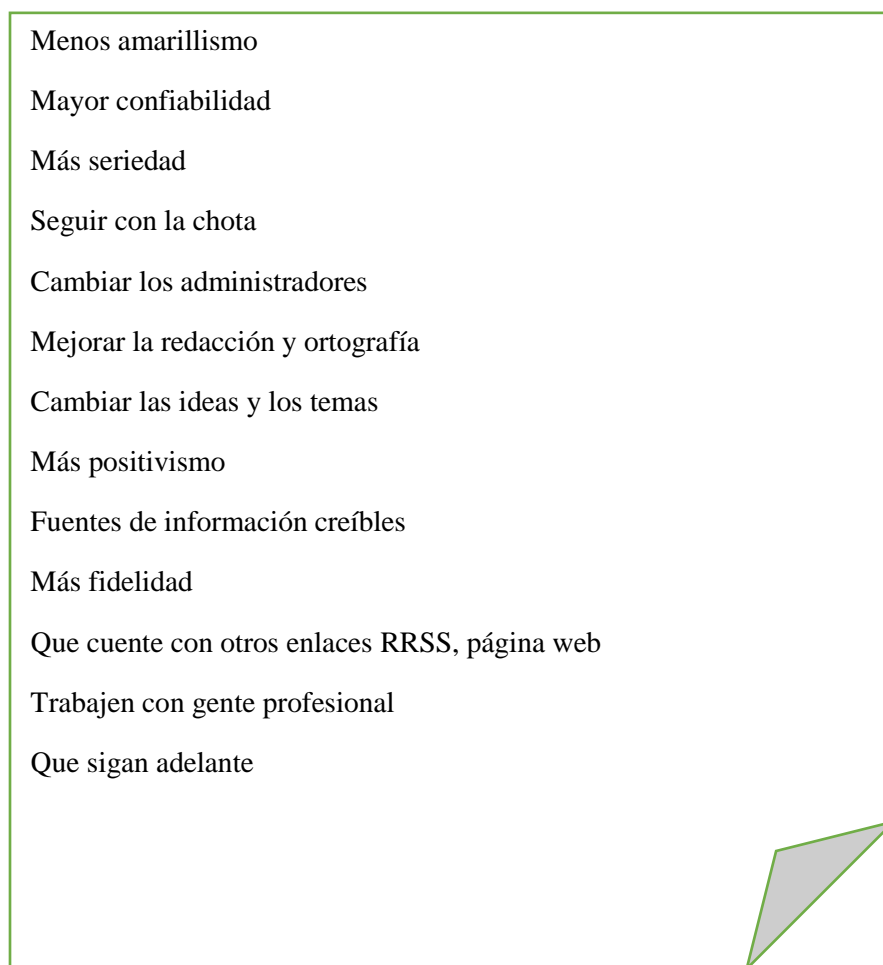


Nota: Elaboración propia

Se solicitaron recomendaciones en general para mejorar la calidad de las páginas estudiadas con el fin de sacar datos de interés que sirvan para realizar una guía más adelante junto

con los criterios de expertos en el área. Se recopiló lo siguiente (respuestas pueden verse en el Apéndice A)

Figura 3. Recomendaciones.



Nota: Elaboración para la presente investigación (2017)

Los encuestados mostraron interés en las últimas preguntas y fueron muy amplios en sus respuestas. Hay una necesidad de ver algo más del contenido mostrado en la actualidad.

Es curioso ver los resultados del sondeo con los del análisis de contenido ya que, en el sondeo se demuestra un criterio más real de parte de la población indicando que la preferencia está en los medios más formales. Pero en el análisis muestra el interés por esa parte divertida de ver el acontecer nacional.

### **Categoría 3. Contenido de las publicaciones y reacciones**

Para examinar el contenido de las publicaciones y las reacciones que tienen sus usuarios sobre ellas se utilizó un análisis de contenido con categorías distintas a la primera unidad, donde se mostrara la parte más profunda de las publicaciones seleccionadas que tiene la página con respecto a la parte informativa durante el tiempo estudiado.

#### **El MaeCR**

##### ***Interacción y credibilidad.***

Facebook tiene distintas reacciones para expresar una emoción hacia la publicación de interés, que, con el alcance de un click se pueden manifestar. Las reacciones son: me gusta, me encanta, me enoja y me entristece.

Por otro lado, los comentarios realizados a dicha publicación muestran que el usuario desea que otra persona allegada vea el mensaje, por lo que usan la mención por un comentario. Este consiste en crear un enlace por medio del nombre del perfil del otro usuario para que le sea notificada y, de esta forma visualizar la publicación.

Las publicaciones con mayor interacción fueron en los meses de abril, mayo y junio con más de 1000 reacciones por mes. En los vídeos publicados y seleccionados para la investigación las reproducciones son más de 30 mil veces.

Un ejemplo de esto es la publicación de 19 de abril sobre una filtración de una llamada privada entre una empresa de telecomunicaciones y un cliente. A partir de ese momento la página toma una alta interacción. (Ver Enlace W)

Esta es una de las formas en que se midió la interactividad de las publicaciones seleccionadas en el período de enero a setiembre.

En el caso de la credibilidad se midió por medio de las veces que se compartió una publicación. Esto debido a que, el comportamiento de los usuarios cuando les interesa una publicación, les gusta y la creen utilizan la herramienta de compartir.

Según García, Navarro y Arias (2014) en mención de Melton *et al.* (2012) “ante el enorme volumen de información disponible, los usuarios se basan en la confianza que les

transmiten los contactos en sus redes de amigos y conocidos a la hora de hacer búsquedas y acceder a contenidos” (párr. 15)

Cuando una persona comparte el contenido de las páginas estudiadas, su grupo de amigos de Facebook, principalmente con los que más interactúa se interesarán por el contenido y lo visualizarán, si les gusta o coinciden con lo que dice la información lo existe la posibilidad de ser compartido y otro grupo de personas lo verá. Esto crea que sus contactos más allegados accedan y crean el contenido compartido.

Respecto a la página El MaeCR los meses que más compartidos hubo fueron los meses de febrero, marzo y abril con más de 2000 veces compartidas. (Ver Apéndice C)

En febrero se llevaron a cabo las elecciones del candidato del partido Liberación Nacional y existía cierto descontento en la población con José M. Figueres. Esta fue la publicación con mayores veces compartidas del mes de febrero y del análisis. (Ver Apéndice U)

#### ***Veracidad.***

En el caso de la información, en el que se mostraba no solo se trataba de que fuera irreal sino de que hacía exageraciones y “memes” para la diversión de los visitantes de la página. Con respecto a lo publicado se trataba de informaciones generalizadas y de opinión para la interacción con los usuarios. (Ver Apéndice C)

La publicación muestra una opinión sobre los que, el administrador, considera como ladrones en el país, sin embargo, es un comentario sin fundamento, discriminatorio y burlesco sobre una situación seria en el país. La interacción que obtiene es de reacciones en concordancia como me gusta, me encanta y me divierte.

#### ***Ética.***

En este aspecto se tocan muchos valores y conceptos que se irrespetan tanto en la comunicación como en la ética en general. Se muestran casos de falta de equilibrio en el tema, ofensas, burlas, doble sentido entre otros que no permite que le dé una parte de formalidad.

El siguiente ejemplo se presentó en abril, con la filtración de una llamada privada de servicio al cliente:

El audio fue publicado por primera vez en esta página logrando que se difundiera 4668 veces. Tanto la empresa como la usuaria fueron afectadas económica y psicológicamente por burlas y ofensas de la comunidad de Facebook y su caso fue noticia nacional en los medios de comunicación formales.

### ***Objetividad.***

Las publicaciones presentadas fueron más subjetivas que objetivas. Se pueden fundamentar que El MaeCr se inclina siempre a la opinión y posición del costarricense como ciudadano ante las noticias publicadas, sin embargo, crea también un pensamiento sobre las personas que no tienen mucho seguimiento informativo. Ver Apéndice H. Un ejemplo de lo siguiente es la siguiente publicación en mayo:

Los costarricenses en general sentían gran alegría al conocer la noticia de que el puente Alfredo González Flores, conocido como “La Platina” abrió por completo después de más de un año de estar en remodelación. Debido a esto El MaeCR publicó varias imágenes como esta y vídeos de la emoción de la noticia.

### ***Versatilidad.***

El MaeCR muestra temas de interés nacional sin embargo se enfatiza en los temas más relevantes a nivel nacional y muy poco internacional. Los temas principales son políticos, sucesos, sociales y cosas inusuales que pasan en el país que se vuelven virales.

Según la categoría llamada temática, El MaeCR muestra un contenido medio en versatilidad, sin embargo, los contenidos son sumamente actualizados con sentido del humor, lo que brinda un aporte socio popular por relacionarse la personalidad del costarricense con el acontecer en su sociedad.

Además, hay publicaciones que evidencian características culturales como imágenes de la convivencia de una familia costarricense, el uso de colores y formas patrióticas, el uso de palabras típicas y la forma subjetiva del administrador para expresarse.

### ***Publicidad.***

El periodo de enero a setiembre es la etapa de inicio de la página, ya que se creó a principios del presente año. Hubo publicaciones para ofrecer espacios de publicidad y poco a

poco se mostraron concursos de productos llamativos y la interacción de sus seguidores. Un ejemplo es la publicación del mes de mayo. (Ver Apéndice X)

Los concursos siempre muestran el ganador y la promoción del comercio con que realizan el concurso. Se han rifado alimentos como órdenes de pizza, artículos como gorras y lentes y entradas a conciertos de artistas internacionales. (Ver Apéndice X)

### **Tome pal Pinto**

En la esta sección, se mostrará más contenido e interacción en Facebook ya que en la página web no existe una opción para comentar sobre las noticias publicadas.

#### ***Interacción y credibilidad.***

En la página Tpp hay una interactividad fuerte entre los usuarios y el administrador y, a diferencia de la página El Mae CR, las noticias, publicación y memes tienen más reacciones, comentarios y compartidos.

Los comentarios son diversos, positivos, negativos, burlistas y serios. Los meses con mayor interacción fueron marzo y julio, la mayor interacción fue de 19 230 reacciones y 11 505 comentarios (ver Apéndice C). Las noticias de dichos meses califican como las que tienen mejores calificaciones de las categorías seleccionadas, es decir, mostraron información veraz y la ética no muestra afectación, sin embargo, la objetividad sigue siendo un punto débil.

Un ejemplo de interacción es la siguiente publicación que según la propia página (Tpp) informa que el meme estuvo en tendencia a nivel mundial con más de 13 millones de personas alcanzadas en su visualización.

#### ***Veracidad.***

En 13 de las noticias analizadas (total 18) se ha determinado veracidad en los datos publicados, sin embargo, se realizan muchos juicios de valor y suposiciones sin conocer la verdadera realidad de los hechos. Es importante corroborar lo que se va a publicar. (Ver Apéndice C)

### ***Ética.***

En nueve de los casos se atentó contra la ética por distintas razones como muestra incorrecta de la imagen de menores, fotografías extraídas de otros medios, juicios de valor sobre la información, discriminación, sexismo entre otros. Aunque las personas redactoras de noticias no sean comunicadores ni periodistas deben conocer sobre el tema para no cometer alguna ilegalidad.

La publicación de la imagen no tiene ninguna autorización de una persona encargada, además exponen la vulnerabilidad de los menores de edad. En el artículo 27 del Código de la niñez y adolescencia (1998) muestra el derecho a la imagen dice que:

Prohíbese publicar, reproducir, exponer, vender o utilizar, en cualquier forma, imágenes o fotografías de personas menores de edad para ilustrar informaciones referentes a acciones u omisiones que se les atribuyan sean de carácter delictivo o de contravención o riñan con la moral o las buenas costumbres; asimismo, cuando de algún modo hayan participado o hayan sido testigos o víctimas de esos hechos, si se afecta su dignidad (p.29)

Las fotografías e imágenes sustraídas de otros medios pueden traer consecuencias para la página y sus colaboradores. Como consecuencia menor, Facebook tiene la opción de cerrar algún medio que este atentando contra la legislación de determinado país o en casos más graves se puede imponer una multa o sentencia por el material difundido.

### ***Objetividad.***

En la mayoría de las noticias se muestra objetividad para informar, sin embargo, al no buscar más fuentes de información la objetividad es invalida, de esta misma manera sucede cuando se visualiza faltas de ética y opiniones de los redactores. Una publicación de Facebook, realizada el 7 de julio muestra lo siguiente:

La discriminación por parte de Tpp hacia el jugador hondureño Henry Figueroa es fuerte ya que por sus características físicas lo cataloga como un ser delictivo. La utilización de la imagen solo para crear un escenario es carente de objetividad y de valores como respeto e igualdad. (Ver Apéndice Ñ)

### ***Versatilidad.***

Tpp muestra más versatilidad y manejo de muchos temas en su página web ya que se puede visualizar noticias nacionales e internacionales, así como deportes, política, sucesos y mucha farándula. Esto no quiere decir que no hace falta, hay áreas que tienen muchas carencias o son inexistentes como en salud, economía, arte, cultura y tecnología.

Durante el estudio, en la categoría llamada temática, se nota más noticias de farándula que de otros temas. Además, se visualiza que la página ha sufrido cambios que, a profundidad (debido a no obtener la información de parte de los encargados o administradores) no se conocen pero que su contenido muestra que cada vez se acerca más a un medio informativo.

Es importante resaltar que la búsqueda de parte de Tpp sobre temas que causen emociones en la audiencia es un aporte socio popular porque crea una reacción colectiva sobre un argumento resaltado a nivel nacional en una época determinada. (Ver Apéndice D)

Además, brinda un aporte al utilizar una frase como nombre de la página, eso creó mayor atención en los usuarios de RRSS.

### ***Publicidad.***

Tpp tiene muchos espacios en su página web para empresas. Estos espacios son de empresas reconocidas nacional e internacionalmente. Algunos ejemplos de estas páginas son Movistar, Banco General, Interjet, Ekono, el candidato Rodolfo Piza, Little Caesars entre otras. (Ver Apéndice Q)

### **El Infierno en Costa Rica**

Esta página no está en el análisis de contenido debido a que, en el período de la realización (setiembre) se mantuvo cerrada y con posibles rumores de no regresar. Ante esto, los enlaces de las noticias eran nulos.

Es curioso como una página que es tan viral desapareciera tan rápido y que, su administrador diera justificaciones misteriosas de lo que realmente estaba pasando. El Chamuko mostró mensajes en su cuenta de Twitter sobre la posible desaparición. (Ver Apéndice Y)

Se intentó hablar con el administrador de la página sin embargo nunca contestó las preguntas de la entrevista planteada para la presente investigación esto limitó la objetividad de la investigación ya que no se logró conocer sobre la página en general. (Ver Apéndice G)

Las hipótesis de lo acontecido eran muchas, pero ninguna con fundamento. Según Agüero, entrevista de profundidad “es muy posible sea aspectos legales las razones de su desaparición por cosas como violación de políticas de FB en este caso”

Además, “cuando las cuentas desaparecen no es porque el administrador no la borró si no porque hubo algo que le afectó. Me parece más que por reglamentos de la red social es que el propio FB lo cerró por razones legales” Agüero, entrevista de profundidad.

El cierre fue muy repentino y eso es lo que más extrañeza hay en la situación ya que el contenido de una página tan viral no puede desaparecer por el sin número de enlaces que existen a la hora de compartir.

Esta página no demostró interés de lucrar, ya que no se identificaron espacios disponibles para los interesados, esto debido al pequeño análisis que se logró captar.

A nivel general se determinó que existe una falta de ética con la multimedia. Los vídeos mostrados son violentos y afectan la imagen de población vulnerable. Facebook bloquea ciertas tomas de los vídeos para no afectar a los usuarios que no deseen verlo. Un ejemplo de esto es una publicación más reciente que se logró identificar.

Como en las páginas anteriores, la imagen de los menores de edad no puede ser difundida de esta forma. Se muestra que la fotografía ya había sido utilizada y hecho público, sin embargo, sigue siendo ilícita su publicación. (Ver Apéndice Z)

El lenguaje utilizado es natural y grotesco, el uso de mayúsculas expresa voz alta y fuerte por lo que da la connotación de denuncia. Además de la utilización de lenguaje soez y sarcástico, esto lejos de informar crea sentimientos de dolor, repudio y burla en los usuarios. Ver Apéndice I

La idea principal de la página es denunciar acontecimientos que se dan en el país. Sin embargo, la ética se está pasando por alto. Las fuentes son ocultas o tomadas de otros medios y puestas como tuyas. (Ver Apéndice Z)

La página abrió nuevamente con un nombre parecido “El Infierno denuncias” pero con el contenido anterior. Existe apoyo de parte de ciertos usuarios por la publicación de este tipo de información debido a que muestra casos reales del país.

### **Aportes culturales, económicos, políticos**

Uno de los objetivos es conocer sobre los aportes que puede traer estas páginas a la sociedad costarricense. Hay opiniones divididas sobre el tema, por lo que se expondrán todas para buscar una conclusión equivalente y objetiva.

Agüero, entrevista de profundidad, opina “El MaeCR a nivel cultural es muy rico porque genera nuevo contenido relacionado al país y sus costumbres y las páginas que las que sean así darán un aporte al país, aunque no a todos guste.

De una manera parecida, Villalobos, entrevista de profundidad, opina que “...es un fenómeno cultural ligado al internet, muy válido y capaz de hacer grandes cosas o mover la opinión pública en redes sociales, por lo que si dejan su aporte”

Por otro lado, Molina, expresa que “las nalgas de una modelo no es un aporte ciudadano o el sabor del Helado de Guayabita de Dos Pinos. Ellos solo necesitan tránsito en la página para que Google les pague porque viven de eso, generando noticias de cualquier tipo, eso lo que puede dar es aporte a Google” (Entrevista de profundidad)

Los aportes son más representativos de lo típico del país, desde su nombre hasta el lenguaje utilizado para sus publicaciones. La chota utilizada identifica esa parte del costarricense que consiste en que, por más situación dura se presente siempre hay tiempo para vacilar.

### **Categoría 4. Contenido catalogado o no como periodismo ciudadano**

Las dos últimas unidades de análisis se relacionaban con los instrumentos a utilizar. Se consultó si el contenido puede incluirse en el periodismo ciudadano y porqué. Además, conocer cuáles son los aspectos básicos para hacer un medio digital informativo. Para llevar a cabo los últimos objetivos se necesitaba entrevistar personas especializadas en el tema. Las declaraciones emitidas lograron abrir un panorama de lo que puede estar sucediendo en el país con el periodismo digital, el lector y las páginas estudiadas.

La creación de un nuevo medio de comunicación digital es todo un reto porque conlleva (como toda empresa) formarla legalmente y mostrarla ante todas las instancias correctas para que funcione sin mayor limitación.

Además, en el momento que inició El Guardián CR el internet no era tan accesible como ahora por lo que las dificultades se vieron en su momento para Molina, entrevista de profundidad

Ahora como un medio consolidado, puede decir que “los frutos se logran ver siendo el internet una de las herramientas para informarse del acontecer nacional e internacional “Molina, entrevista de profundidad,

Molina, entrevista de profundidad, invirtió alrededor de 5000 dólares para comprar equipo tecnológico, pagar impuestos y comprar un dominio para su página web, en ese momento podía comprar uno de tercer orden.

Poco a poco el grupo de trabajo fue creciendo. Además, el director de El Guardián acepta que la creación de Crhoy ayudó a dinamizar el mercado digital nacional.

### **Modelo de negocio**

La publicidad fue un tema que Molina, entrevista de profundidad, enfatizó desde el inicio “Por negocio entiendo que un medio gana por publicidad, pero la publicidad no puede ser infinitamente cara” indicó refiriéndose a que la publicidad no genera tanto para un medio digital.

Existen modelos de publicidad que utilizan los medios, principalmente para las páginas web y blogs. Uno de ellos es cobro por impresión

Este consiste en que cada vez que se ingresa al medio y se ve un anuncio se genera una impresión por lo que por cada cierta cantidad de visiones se cobra cierta cantidad de dinero. Este es un método muy rápido.

“Tenemos instrumentos en la web que cuentan las cantidades de visitas e impresiones, la web se programa para que cuando llegue a la cantidad deseada se saque el anuncio” explica Molina, entrevista de profundidad, y enfatiza que es un método que no le gusta utilizar”

Hay otra forma, “por tiempo lo hacemos porque consideramos que como medio no podemos afectar a un cliente cobrándole tanto dinero por un producto que no le será útil”

comenta Molina, entrevista de profundidad. Este consiste en hacer la publicación del anuncio y cobrar por tiempo y de manera rotativa (se mezcla con otros anuncios)

Villalobos, entrevista de profundidad, explica que la forma de obtener ingresos en atreves de pautas en la página web, publi notas o publi reportajes.

¿Cuánto se puede captar en un medio digital?

Molina entrevista de profundidad, responde que “de acuerdo a mi experiencia, un medio que capte mucho en internet por medio de la publicidad lo máximo que logre son 30 o 40 dólares, es decir 20 millones”.

Es por esta razón que Molina, entrevista de profundidad, no entiende como un medio grande digital puede ganar un estimado así y pagar una planilla de periodistas, ¿Qué pasa con lo demás?

“Con eso se entiende como se está jugando todo”. Según Molina, entrevista en profundidad, pueden tener un escudo financiero para evadir la parte de impuestos hasta instrumentos políticos pero el internet no puede mantener un medio por sí solo.

Además ¿Qué buscan las grandes empresas ahora? Según Molina, entrevista de profundidad, “Pautar en entretenimiento” para captar donde hay viralidad y grandes grupos de usuarios.

## **Formalidad**

Villalobos, entrevista de profundidad, indica que “en esas páginas específicas, muchas veces se puede observar links de noticias de otros medios de comunicación con opiniones de quien maneja la página. También fotografías instantáneas o memes con comentarios que envían los seguidores”

Los medios formales luchan con dichos sitios que utilizan sus fuentes debido a que hay muchos casos donde no se reconoce que las fuentes son pertenecientes a ellos.

Solano, entrevista de profundidad, aceptó que “...hemos tenido bastantes casos con Tpp ellos agarran información de nuestros programas y se les ha hecho el reclamo pertinente. Hasta

amenazas y hostigamiento se han dado por el abuso por lo que Teletica pretendía botar la página o denunciarla”

En conclusión, sobre la seriedad y la formalidad de las páginas estudiadas Molina, entrevista de profundidad, respondió “Yo no creo que un medio digital se puede llamar Tome Pal Pinto, pero aglutinan grandes sectores pero no son medios de comunicación para mí, Podría llamarse formas de expresión o instrumentos de libertad de expresión”.

Molina, entrevista de profundidad, tiene sus suposiciones sobre estas páginas, “Yo creo, pero no puedo probar es que El Infierno en CR era de un partido político”. Según Molina, entrevista de profundidad, la razón es porque se metía en muchos ámbitos, pero no se metía con ciertas orientaciones políticas.

Para formar un medio de comunicación, según el artículo 24 de la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas (2000):

Los cargos de director, subdirector, jefe de redacción o cualquier otro netamente periodísticos, deberán ser ocupados únicamente por periodistas colegiados. Los cargos de director, jefe o encargado de las oficinas de relaciones públicas y divulgación o prensa de las instituciones públicas, también deberán ser desempeñados por periodistas colegiados (p.6)

Ante esto Molina, supone “Si mañana El Infierno en CR saca que usted un ladrón, ¿Cómo se defiende?, lo más que se puede es bajar la página, pero con la ayuda de Facebook que tal vez no le sirva porque genera mucho tránsito en el algoritmo” (Entrevista de profundidad)

Se habla más de control para la parte ciudadana, buscando el camino donde se cree una forma de defensa ante una difamación, injuria o calumnia ante personajes desconocidos y que en la parte tienen poder para difundir lo que deseen.

Las existencias de estos instrumentos de comunicación enriquecen el panorama de los periodistas porque desvaloran el aspecto profesional y descalifican la profesión ya que según Molina, entrevista de profundidad “cualquier persona da a conocer información sin filtro, sin

ética, sin ningún instrumento que los periodistas utilizamos porque nos quemamos las pestañas estudiando durante años conociéndolos, para diferenciar entre una información que tuviera ética, balance, fuentes confiables y variadas”

La respuesta al usuario es un aspecto importante, ante un comentario o una consulta privada sobre algún tema en especial debe existir la respuesta lo más pronta que se puede para darle confianza al lector sobre la página o medio.

Molina, entrevista de profundidad, piensa que “...es mi deber contestar a los ciudadanos cuando tienen dudas o consultar de El Guardián CR lo más pronto posible y sin trabas porque tengo respaldo. Me parece una falta de respeto si no lo hago.

Considerando que todos los medios muestren respuesta y transparencia con los usuarios habrá mayor confiabilidad y la duda de lo que se está leyendo sobre las páginas disminuirá, sin embargo, en internet existen una gran cantidad de información con o sin fuentes reales.

Molina, agrega que:

Le estamos dando un mar de informaciones a las personas sin ningún tipo de examen y control y afecta porque hay medios (El Guardián denunció uno) que se roba la información y en Google le pagan por la publicidad que muestra. (Entrevista de profundidad)

Existe una competencia desleal para los que tienen medios digitales y ya es hora de que exista una regulación. En algunos medios en Alemania y el mundo se están manifestando contra Google y pretenden cobrar por las noticias que se muestren como resultados en la búsqueda.

Según Lardinois (2013) este consiste en que Google puede verse obligado a pagar a los medios digitales “por mostrar sus resultados de búsqueda titulares y pequeños fragmentos de texto de las noticias que ellos publican” (párr. 1)

Fraga (2012) explica que “Un total de 154 periódicos, el 90 por ciento de todos los que hay en Brasil, han decidido desaparecer de Google News después de que la empresa del buscador se haya negado a compensarles económicamente por utilizar sus contenidos para incluirlos en este servicio de agregación de noticias” (párr. 2)

A pesar de las situaciones de estos países, Google se rehúsa a pagar lo solicitado por la ley. Su decisión fue sacarlos de Google News con el fin de que solo lo que deseen aparecer marquen la opción de ser indexados, los demás serán eliminados.

Se debe brindar la mayor transparencia a los ciudadanos, es un deber de los comunicadores y derecho de los lectores el acceso a la información, así como la claridad de esta.

Sobre el tema Ulloa, entrevista de profundidad, piensa que “La credibilidad tiene un peso enorme y eso hace que los medios tengamos una responsabilidad mayor, en medio del mar de confusión y noticias falsas que pueden tener las redes sociales.”

Hace falta una entidad que investigue la transparencia de parte de todos los medios de comunicación digitales a nivel nacional. Estos medios que no muestran sobre sus movimientos se muestran como periodismo camuflado y esto afecta a los que quieren hacer periodismo de real.

Molina, indica:

Estoy exigiéndole al Colegio de Periodistas que identifique de quien son estos medios y que identifique por medio de un informe de transparencia para que diga a los costarricenses sobre los medios reales o no y como se mantienen. Una página que quiere transparencia del pueblo no da transparencia al pueblo con su procedencia, eso es irónico. (Entrevista de profundidad)

### **Competencia con medios digitales formales**

Según Molina, “son competencia desleal, porque no están inscritos en el Colegio de Periodistas, ni como personas físicas, ni pagan ningún impuesto.” Las cargas se hacen más grandes para los medios que solo tienen la parte digital para subsistir y cuesta contratar más profesionales para hacer crecer el medio.

Molina, lamenta que “después de tanto esfuerzo de los estudiantes de periodismo para graduarse es decepcionante salir a buscar trabajo y que yo como director no pueda brindar fuentes de empleo porque todo el tráfico se lo lleva páginas como Tpp y no generan más que diversión”

Desde la experiencia de Ulloa señala:

Dudo en llamarlo “competencia”, solo son medios distintos. El usuario puede escoger: si uno quiere informarse, reírse, buscar memes, revisar el accidente de la mañana, la noticia de economía, la inseguridad en su barrio, para eso son las “opciones” y a quien decide uno seguir o donde buscar. (Entrevista de profundidad)

Ulloa, entrevista de profundidad, aclara que se debe tener mucho cuidado con las páginas y cuentas anónimas pues pueden inducir al usuario de manera irresponsable a ver información falsa o poco confiable. De todas formas, es responsabilidad del lector las fuentes que escoja a la hora de informarse. La fidelidad que existía hace 20 años ya no está en la sociedad actual “ahora los usuarios buscan contenido para competir sobre quién sabe más” enfatiza Molina, entrevista de profundidad.

### **Periodismo ciudadano o no**

El periodismo ciudadano es un tema que, aunque existen muchas definiciones aun a los expertos les cuesta interpretar para lograr identificarlo, porque su definición ha cambiado tanto que hasta se duda de su existencia.

Según Fernández (2006) en el Congreso IIV de Periodismo de Huesca “Moja, editor de nuevodigita.com, ha comenzado afirmando que "el periodismo ciudadano no existe", a lo que Cervera ('blogger' de 20minutos.es) respondía diciendo que está ahí, que los medios le temen y que "es más democrático y eficiente"(párr.1)

Hay de tener presente lo que significa periodismo ciudadano para identificarlo en plena acción. Para los profesionales en cuestión hay varios aspectos que interfieren antes de calificar las páginas estudiadas como periodismo ciudadano.

Solano, entrevista de profundidad, piensa que “puede ser periodismo ciudadano pero irresponsable, con esos contenidos que solo suelen ser muy virales”

Por otro lado, Fernández, señala que:

Si lo vemos desde la perspectiva superficial sí, pero hay que ver la ética y la seriedad. Si usted necesita información clara, creíble, confiable va a buscar el más serio por más que vea el de chota todo el día (Entrevista de profundidad)

Los periodistas anteriores concordaron en sus respectivas entrevistas que el periodismo que se está realizando es irresponsable porque no está llevando buena información a los usuarios logrando desconfianza en lo publicado en plataformas digitales y RRSS.

Según Molina, entrevista de profundidad “podría llamarse formas de expresión o instrumentos de libertad de expresión, pero no periodismo y si hablamos de periodismo ciudadano tampoco porque hasta ese tipo tiene ética”

Villalobos, opina parecido:

Cada vez es más común ver a personas utilizar diferentes medios para informar, sin importar su profesión. Si bien todos podemos hacerlo, la manera en la que se hace va a depender de varios factores (no solo el estudio del periodismo, sino también aspectos éticos y morales)

La profesionalidad es parte del informar, pero la objetividad es fundamental para comunicar a las masas indistinto del área de estudio en la que se dedique el escritor. Lo más importante es respetar los valores fundamentales para informar. (Entrevista de profundidad)

Los administradores de las páginas no dieron respuesta ante las consultas para realizar la entrevista determinada, por lo que no se logró conocer directamente el objetivo y propósito de la creación de las mismas. La falta de accesibilidad muestra el poco interés por mantener una buena comunicación con todos los usuarios que le escriben a través de mensajería en Facebook, correo electrónico y teléfono.

### **Categoría 5. Recomendaciones para hacer un buen medio digital**

#### **Preparación**

Para Molina, entrevista de profundidad, si existe la posibilidad de que las páginas de entretenimiento se conviertan en medios formales informativos y para esto “tendrán que ir primero a prepararse académicamente, presentarse ante al público para dar transparencia, dar declaraciones de como subsisten y ojalá lo hagan para crear competencia leal”

Para Villalobos,

Es un “oficio” que involucra tiempo y compromiso más allá de la publicación solo de opiniones o chismes. Por lo que ve necesaria la constancia y la búsqueda de

financiamiento y por lo tanto también de al menos un periodista o encargado que, aunque no sea famoso, al menos dé a conocer su nombre e intenciones (Entrevista de profundidad)

El periodismo en general necesita de investigación, consulta a varias fuentes y observación de las diferentes situaciones que afectan a las personas para convertirlas en información de interés por el aporte que pueda brindar.

Molina, entrevista de profundidad, cierra el tema explicando que “la inmediatez es importante, pero si lo empuja a la mentira su medio será rápido para contar mentiras. Es mejor ser prudente y esperar confirmación para publicar”

La inmediatez juega un papel importante en los medios digitales más por lo que pueda generar que lo que pueda informar. El pensamiento de un periodista es distinto al de un empresario, en ejemplo de ello es la situación que tuvo Fernández, entrevista de profundidad, con su jefe “él apostaba por la inmediatez yo apostaba más por la veracidad”

Molina, expresa que:

Hay una deformación en el periodismo que es la nota roja y lo que recomendaría es que los medios se regulen con los sucesos: Reusarse a la información del periodismo fácil, respetando ni usando noticias de género, de niñez ni demasiada chota porque la gente le pierde credibilidad al medio. Buscar temas nuevos, innovadores. (Entrevista de profundidad)

### **Innovación y constancia**

Para Fernández, “siento que hay una cierta persistencia en que no hay innovación y que internacionalmente si pasa. Piensan en dos formas, si es nota piensan en la pirámide invertida y si es reportaje piensan en forma larga y profunda” (Entrevista de profundidad)

El contenido puede manejarse de distintas formas, respetando la ética, pero haciendo algo diferente de lo que, los usuarios, están acostumbrados a ver. Una recomendación que Fernández dio fue la segmentación de las noticias por tiempo.

“Estudios de empresas de medios de comunicación grandes de contenidos como Reuters, New York Times; Harvard han demostrado que nos son solo esos dos extremos puede usarse combinados puede hacer por partes de publicaciones dándole seguimiento y los medios de EE UU y de Europa han fluido por estas nuevas estructuras” Fernández, entrevista de profundidad.

Cordero, entrevista en profundidad, habló sobre la constancia y la pasión sobre lo que se escribe en una plataforma. “Cuando los usuarios ven ese amor a comunicar temas que les causa interés o empatía esperan con ansias el momento de una nueva publicación”

### **Pasión**

Además, resaltó que las personas que están interesadas en comunicar a los demás no pueden pretender ganar grandes cantidades de dinero.

No todo es plata, menos si se trata de un blog (en mi caso) u otro medio digital. AL principio no se verán los resultados positivos, pero si se continúa brindando lo que las personas desean en tus publicaciones sentirá una satisfacción muy grande más allá de lo económico. Después, sin darte cuenta, las empresas están tocándote la puerta para darte patrocinio o solicitarte un espacio de publicidad.

Según Cordero, los concursos son una forma de recompensar al público seguidor y mantenerlo interactuando en su blog, página web o red social. “Los seguidores son felices con los concursos, pero se deben realizar con mucha equidad y transparencia” (Entrevista de profundidad)

Además, los productos deben estar relacionados con el contenido del blog o plataforma, con el fin de conseguir la atención de sus lectores. Nunca se debe pasar por alto el perfil del medio que, debe estar definido desde su creación, esto puede confundir o alejar al público meta porque el contenido o incluso, su publicidad van en contra de sus valores o principios

Cordero opina que “si mi contenido habla sobre la salud no voy a aceptar publicidad sobre comidas rápidas o alcohol, sería contradictorio y confuso” (entrevista de profundidad)

La combinación de las recomendaciones puede traer el éxito de un buen medio digital y dar el ejemplo a otros con el fin de trabajar de una manera enriquecedora hacia la comunicación.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

Analizar tres páginas resultó ser más complejo de lo esperado, hay similitudes y diferencias que ayudaron a comparar distintos contenidos y estructuras para mostrar la variedad de entretenimiento que está por internet.

Relacionada con el objetivo uno, las páginas estudiadas muestran que son instrumento de comunicación y expresión, pero no se determina como periodismo ciudadano por su falta de ética, moral y objetividad, ejercido por personas que no son periodistas.

Lo más cercano es el periodismo alternativo que lo ejercen aquellos que se hacen llamar periodistas informales pero que no estudiaron o no aplican sus conocimientos y que, ejercen por sus propios medios, en este caso página web (Tpp), blog (El Infierno en Costa Rica) y Facebook (El MaeCR).

El MaeCr se logra identificar como un medio de puro entretenimiento. No hay contenido noticioso relevante, sus publicaciones son de opinión y su perfil no busca ser un medio con mayor formalidad. Sin embargo, ha mostrado interés en ser más informativo con otras páginas de contenidos como deportes o mascota, en donde se dan consejos a los y las interesadas.

Por su parte, Tpp indica que es uno de los medios de entretenimiento e informativo más fuerte. Pero en el análisis realizado se demuestra su falta de ética ya que está desinformando a los usuarios digitales que cada vez son más, ya que carece de fuentes fidedignas, lenguaje sexista y discriminatorio.

El futuro de Tpp podría ser provechoso si se alinea sobre principios que lo identifiquen como un medio competitivo. Esta página ya tiene la popularidad y viralidad que cualquier administrador quisiera, sin embargo, puede dar más a la audiencia digital.

En el caso de El Infierno en Costa Rica, antes de cerrarse esta página, se logra identificar que el contenido es de denuncia de todo tipo, sin embargo, la falta de ética incita al morbo y a la poca sensibilidad de las imágenes sangrientas y con población vulnerable.

El Infierno en Costa Rica fue el caso que más se acercó a periodismo ciudadano debido a las manifestaciones de seres que presentan problemas en la sociedad y que la página fue pilar para denunciar. Pero la falta de ética y valores no permite que se califique como tal.

En la actualidad, informar como lo hace un periodista es muy fácil, se tiene las herramientas para crear una especie de noticia, sin embargo, hay aspectos de contenido que solo los profesionales conocen, y en estas páginas estos aspectos no se toman en cuenta.

Relacionada al objetivo dos, la estructura de noticia solo se presenta en Tpp y de microblog en El MaeCR y El Infierno de CR actualmente (debido a su cierre de blog). Por lo que hay varias conclusiones.

Se comprueba en el análisis que suelen copiar las noticias de otros medios, lo cual solo logrará que sean una página más de las que están en RRSS y plataformas digitales, las páginas no se valen de la calidad de noticias sino de la cantidad, sin tomar en cuenta fuentes o plagiando la información y haciéndola suya, lo que representa tener más ingresos económicos para las y los colaboradores de acuerdo con esa cantidad de noticias visitadas.

Las características ilustrativas de cada imagen dan un mensaje para identificarse con la cultura del costarricense, por lo que muchos de ellos tienen empatía con sus publicaciones. Pero la informalidad que muestran, pierde puntos en la credibilidad y la seriedad de la página, por lo que cuando se ocupe saber de un tema de interés más fuerte, las páginas estudiadas no serán una opción.

Mientras cada una de las páginas no utilice multimedia propia o no use la creatividad para diseñar imágenes llamativas y con información, no marcará la diferencia en su estructura. Hacen falta más enlaces externos que logren una red de conectividad dando más opciones de acceso y confiabilidad para buscar la información.

La publicidad es un tema importante, se logra identificar la preferencia de los comercios nacionales e internacionales por espacios en páginas virales y de entretenimiento. Por lo que, los medios digitales salen perdiendo en este aspecto.

En cuanto a la publicidad se nota en estas páginas que sí hay empresas prestigiosas, que, a pesar de ser un medio no fidedigno, pautan para ellos. Para hacer un medio de comunicación se necesita innovación y creatividad para captar económicamente y con esto mantenerlo en pie, lo cual ellos propician.

De parte de la versatilidad y aportes del objetivo cuatro, las páginas mostradas tienen aportes socio popular por la forma y lenguaje que le dan a las publicaciones, lo que brinda empatía por parte de los administradores. Esta es una de las causas que le está creando viralidad a las páginas.

De parte de El Mae CR es el único que mostró aporte cultural debido a las características expuestas en el capítulo anterior. Su originalidad captó la atención debido a la utilización correcta de colores, formas y expresiones.

En la parte político y ambiental, no se muestra mayor reporte debido a la copia de medios formales y no hay cierta originalidad. Con este aspecto, se identifica que no hay un material de mejora que se difunda para los usuarios.

Relacionado al objetivo tres, los encuestados están interesados por los medios analizados, pero quieren más contenido llamativo, más innovación y menos amarillismo. El entretenimiento que muestra puede ser mejor si se evita la mentira, la exageración y la informalidad.

El contenido de las páginas es llamativo porque los mismos usuarios hablan de información que solo en esos medios se ha encontrado.

Una parte de la población opina que tiene interés en espacios como las páginas estudiadas, creen en sus publicaciones y apoyan la idea de continuar en el mundo digital y ver más ejemplos como ese, por lo que, se logra identificar que hay gusto por un fenómeno que se está llevando a cabo en la sociedad costarricense.

Las noticias tradicionales ya no eran suficientes para los lectores. Además, se identifica que el contenido multimedia llamado memes, causa mucha atención entre usuarios provocando empatía en situaciones de acontecer diario en cada persona. Es ahí donde empieza la interacción ya que los seguidores desean compartir su emoción con sus allegados digitales.

Existe competencia entre los medios informativos digitales y las páginas de entretenimiento, principalmente con Tpp. Se vive una constante guerra con el contenido multimedia y sus derechos de autor.

La opinión dividida sobre las páginas estudiadas muestra un levantamiento de parte de los ciudadanos sobre el internet y sus plataformas. Además, evidencian el gusto por un cambio. Por ver innovación.

La población que brindó mensajes negativos de parte de las tres páginas, se logra identificar que son personas que se interesan en buscar otros medios para profundizar el tema. De ahí nace el rechazo por estas páginas, por la superficialidad.

Respecto al objetivo cuatro, la ética es lo que más se ve afectada. Se notó que no tienen el cuidado pertinente para manejar imágenes de menores de edad, vulnerabilidad o que puedan ser material para una posible denuncia de difamación, injuria o calumnia.

El plagio es un aspecto que se vio mucho. La ética de un profesional debe ser clave a la hora de informar. Las fuentes no son fidedignas y no existe realimentación de las declaraciones por lo que la subjetividad predomina en la mayoría de noticias investigadas.

Las respuestas hacia los usuarios deben ser más respetuosas con el fin de cuidar el público meta al que se dirige. Además, debe existir más acercamiento al usuario, para que los mismos sientan atención y esto pueda generar una fidelidad.

Con respecto a un periodismo alternativo serio y formal, las tres páginas son carentes de estas características. Los sitios estudiados se encargan de brindar una noticia que genera duda y provoca la búsqueda de la información en medios formales, por lo que nunca existirá una lealtad y preferencia para buscar datos reales.

Las limitaciones en la investigación se presentaron en las entrevistas de profundidad hacia los administradores o directores de las páginas estudiadas. Por esta razón hay interrogantes que fueron difíciles de encontrar.

Por medio del análisis de contenido se logró observar y determinar las actividades de los administradores.

Los encargados El Infierno en Costa Rica y El MaeCR no son profesionales en periodismo según lo que se evaluó. El administrador de la primera página indicó que solo trabaja o trabajó para el Gobierno y el otro administrador estudió ingeniería en sistemas.

Por otro lado, se desconoce si Didier Jiménez, director de la página Tome pal Pinto, tiene algún conocimiento en comunicación o periodismo. Sin embargo, se logra comprobar que no están colegiados los demás directores de otros medios.

Esto quiere decir que, cualquier persona, no importa su profesión, dedicación o estudio puede crear un sitio para publicar contenido noticioso, entretenido, llamativo o incluso morboso sin ninguna limitación.

En la era de la información, la sociedad busca la forma más cómoda y conveniente de informarse. La diversidad de plataformas digitales permite escoger las opciones más llamativas para el usuario. Por lo que, la lealtad a un medio específico ha disminuido fuertemente.

Al existir tanta diversidad y saturación de información, los usuarios tienen que saber escoger los medios idóneos para informarse de una manera correcta. De esta forma, los administradores tienen la libertad de publicar lo que deseen sin tener consecuencias, vulnerando partes importantes de la población.

Con respecto a las páginas estudiadas, se está creando una sociedad que está relacionando su manera de informarse con el entretenimiento, buscando la forma de conocer del acontecer nacional ligado con una característica típica de los costarricenses: la chota.

En medios tradicionales, la sección de humor ha tenido presencia parcial. Con el estudio de estas páginas se notó que informan del acontecer ligado con bromas y chistes que pueden convertir datos y publicar contenido de doble sentido, sarcástico y falso.

Además, la muestra de multimedia violenta, sangrienta y de víctimas expuestas públicamente logra insensibilidad en la audiencia digital. La facilidad de visualizar este contenido hace que el ojo humano lo considere normal por esa costumbre de verlo.

Parte de las noticias que se visualizaron contienen material sexista, por lo que esto ayuda a que los usuarios consideren normal en un comunicador usar lenguaje e imágenes de este tipo.

Los chismes y la vida privada de las figuras públicas no es material noticioso, sin embargo, es material publicado en estas páginas por lo que, los usuarios buscan conocer la vida privada infringiendo la privacidad de terceros.

La sociedad que está viviendo esto, se esa mal informando porque está pasando por encima de los valores y principios de la comunicación. Además, no se está formando una nueva generación con seriedad debido al exceso de chota.

Por otra parte, hay un grupo que aún exige buen material noticioso como el mostrado en el sondeo y los Apéndices. Cuando el interés de los usuarios es tener buena información, los administradores tienen la obligación de cambiar su forma de trabajar para llamar la atención.

Si se logra identificar que, los ciudadanos quieren innovación en los medios informativos de la actualidad, y es por esta razón, que al buscar una forma de hacer algo distinto no están tomando en cuenta las faltas éticas que están haciendo.

Hubo limitaciones a la hora de aplicar los instrumentos a la población. Como se indicó anteriormente, los administradores de las páginas fueron muy herméticos por lo que no se obtuvo mayor respuesta de parte de ellos para la realización de las entrevistas. Esto provocó no poder responder sobre la intención de cada página sobre el público meta.

Durante el mes de setiembre la página El Infierno en Costa Rica cerró o fue obligada a cerrar su plataforma de blog y a desaparecer por RRSS por lo que el análisis de contenido no se llevó acabo con este. Cuando una página o blog desaparece sus enlaces muestran un error por lo que cada una de las noticias que se captaron desaparecieron y no pusieron ser mostradas como en el análisis de Tpp y El MaeCR.

No se sacó la página de la investigación porque ya estaba incluida en el sondeo. Además, se pudieron captar algunas publicaciones que dan aportes a los resultados del presente estudio.

Esto comprueba que son espacios efímeros y que, con su inestabilidad pierde credibilidad sobre los lectores. Cuando pasan situaciones como esta los usuarios cambian su perspectiva sobre la página, dando como resultado abandonarla hasta que busque algo innovador.

### **Recomendaciones**

Las recomendaciones se realizarán para las páginas de entretenimiento. Si no existe el interés de parte de alguna por ser un medio noticioso formal, es importante que tomen en cuenta la ética periodística y general.

Sí existe la posibilidad de que exista una competencia leal con páginas de entretenimiento. Sin embargo, la preparación académica o el asesoramiento son fundamentales para comunicar a masas. Esto debe ir ligado de un sentido de informar con valores y principios para que no afecte a terceros.

Se debe conocer de las herramientas tecnológicas que en la actualidad los expertos ofrecen con el fin de hacer mejor las noticias y conseguir fuentes reales y propias. Existen dispositivos fáciles de transportar y usar para todo tipo de usuario. Además, hay aplicaciones telefónicas para editar fotografías, vídeos y otros materiales sin necesidad de usar un computador.

Definir la población meta es fundamental, si se trata de un público carente de un medio informativo habrá más éxito pues se suplirán las necesidades específicas para tener interacción y lealtad. Se recomienda investigar las necesidades y preferencias del público.

Las RRSS es un tema importante en esta investigación, por lo que se recomienda ciertos aspectos para tener una red social efectiva como conocer bien el medio, buscar ideas claras para transmitir a los usuarios, ya que si no se encuentra el enfoque correcto no va a llegar el mensaje y el alcance. También se necesita mucha interactividad y creatividad para captar la atención en las publicaciones.

Las RRSS son un papel importante para informar en la actualidad, una recomendación para captar mayor confiabilidad es contar con varias plataformas en la parte digital, ya que eso no lo hace cualquier medio, no importa la temática que tenga.

Los usuarios prefieren comodidad y agilidad para buscar contenido, por lo que tener todo al alcance de un click es parte importante. Una clave que se conoció en la presente investigación fue la usabilidad, es decir, la facilidad de uso que el usuario tiene con el sitio, de manera que este, debe sentirse el dueño.

El usuario siente la necesidad de tener el control ya que hace lo que él quiere. Para que él lo obtenga, debe conocer donde están todas las acciones de la página y que puedan estar al alcance de su dedo para no complicarse. Todo tiene que estar en su lugar y no cambiarse tanto.

El diseño no es tan importante como el contenido y la facilidad que existe para captar la atención y conseguir una preferencia a la hora de informarse sobre algún tema.

Respecto a lo anterior, hacen falta medios que muestren una base de datos o una búsqueda de noticias profundas, para ofrecer al lector mayor versatilidad sobre el pasado y presente nacional.

El periodismo no está desapareciendo ante estas páginas de entretenimiento, pero puede tener un cambio. Ante estas situaciones, lo ideal sería buscar una alianza para convertir una red informativa responsable, con medios de comunicación formales. Siendo un agregado del medio de comunicación para innovar los contenidos.

Los ciudadanos son responsables de escoger las fuentes de información, pero se debe educar al lector para que aprenda a reconocer el contenido real y el falso. Así como a sensibilizar a la población ante imágenes y vídeos que atenten contra la imagen de los más vulnerables. Se recomienda retomar estos aspectos para futuras investigaciones.

Los medios más recientes pueden ser pioneros para abrir la era completa de la digitalización en el país. Mostrando más opciones para los usuarios a la hora de informarse de cualquier tema, lo que se debe procurar es mostrar contenido innovador, creativo y principalmente ético para evitar la afectación de ningún medio, empresa o ciudadano.

Ante esta situación, el objetivo cinco consiste en mostrar lo que se necesita en la actualidad para tener un medio digital que, informe correctamente a los usuarios y tenga auge entre todos los existentes.

### **Guía para un buen medio digital**

Conforme se desarrollaba la investigación, se descubrió que, lo ideal para informar correcta y formalmente, es creando una red informativa digital que muestre la presencia de su proyecto en varias plataformas, por lo que el blog debe complementarse con RRSS y página web.

Esta guía la puede llevar a cabo cualquier persona que tenga la intención de informar a la ciudadanía sobre algún tema deseado con el fin de respetar normas básicas y esenciales de comunicación colectiva. También, los nuevos periodistas pueden consultarla para llevar a cabo un proyecto de emprendedurismo.

### **Aspectos importantes de estructura**

Las plataformas digitales que se deben tomar en cuenta para iniciar un medio informativo son tres en especial, esto debido a que los usuarios tienen más conocimiento sobre las mismas y saben ingresar fácilmente. A primera instancia, no es requisito tener todas, pero conforme avanza el proyecto es importante complementarlas y siempre mantenerlas enlazadas.

### ***Blog digital***

Los blogs son la mejor forma de agregar contenido profundo y llamativo sobre temas de interés público o de un nicho. La intención es que los usuarios encuentren material que sea de su utilidad y den aportes sobre el mismo. En dicha plataforma se pueden visualizar todas las publicaciones a través de los meses, por si los lectores deseen buscarlas.

### ***Página Web***

Este es el espacio más grande y serio que una o un grupo de personas pueden utilizar para informar. La página web ofrece, en su estructura la posibilidad de la usabilidad con el fin de que el usuario tenga todos los botones y ventanas en los lugares que más le convengan. A diferencia del blog, el contenido de la página web puede ser más distribuido y cambiante.

### ***RRSS***

Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para los medios digitales, ya que la presencia en estas ayuda a dar a conocer el material que se publica en el blog o en la página web; si solo se tuviera alguna de las plataformas anteriores siempre es importante enlazarlas con las RRSS.

Por medio de estas, los usuarios tienen la opción de interactuar con comentarios, mensajería privada o bien compartiendo con sus amigos más cercanos en la red. De esta forma, el contenido tiene más alcance del que podría tener solo con una plataforma.

A nivel general, se brindarán los puntos más importantes que guíen a cualquier persona que desee abrir un espacio digital informativo:

- ✓ Conocer las herramientas tecnológicas que se tienen al alcance como dispositivos portátiles y aplicaciones de fácil manejo.

- ✓ Se recomienda que los blogs sean esa sección que brinde un plus a los usuarios, con el fin de que el contenido que reciban les brinde un aporte informativo en sus vidas cotidianas.
- ✓ Respecto a las páginas web, se recomienda iniciar con una plataforma de fácil manejo para actualizar fácilmente el contenido. Conforme se avanza se puede cambiar por una más complicada para no tener problemas de diseño.
- ✓ Respecto a las RSS, se debe escoger un perfil empresarial, más no uno personal, el primero tiene herramientas idóneas para la medición de la audiencia de los usuarios lectores. Además, ayudará a llevar un control sobre cada una de las publicaciones.
- ✓ Se debe verificar que cada una de las plataformas se pueda visualizar en dispositivos portátiles como Tablet o Smartphone. De esta forma no será necesario la exclusividad del medio solo por el computador.
- ✓ La publicidad es el medio para conseguir un ingreso, las empresas comerciales andan en busca de espacios llamativos para su público meta, por lo que, depende del contenido publicado así serán las nuevas propuestas
- ✓ Cierta cantidad de visitas genera dinero por la interacción de la plataforma y Google le dará por generar tráfico e interacción por medio de su sitio. Para lograr esto se debe conseguir una fuerte visitación.
- ✓ Tomar en cuenta la usabilidad, esto con el fin de que los usuarios tengan el completo acceso a cada una de las ventanas de su interés. Logrando una comodidad y preferencia sobre la plataforma.

Las páginas más recomendadas para realizar un blog de manera efectiva y barata son:

- Word Press, Blogger y Tumblr
- Wix., JIMBO y Weebly
- Facebook, Instagram y Twitter

Las razones por las que se seleccionaron las plataformas anteriores son por su fácil uso, su gratuidad y un aspecto muy importante, son opciones que se pueden visualizar por medio de una aplicación en teléfono móvil.

### **Aspectos importantes de contenido**

Llevar a cabo un medio digital es igual que crear una empresa, por lo que se debe investigar antes de tomar cualquier decisión. Sin un previo estudio pueden suceder situaciones inesperadas y provocar el fracaso del proyecto. Mediante esta sección, se mostrará qué se debe hacer para que haya efectividad en el contenido que se publicará.

- ✓ Estudiar muy bien las necesidades de la población que se tomará como público meta para satisfacer sus intereses informativos.
- ✓ Estudiar o capacitarse sobre las formas de comunicación masiva y sus características. Aunque la persona sea profesional en otra área, debe tener bases sobre periodismo o community manager.
- ✓ Realizar cada tarea con transparencia, ya que cada medio debe brindar cuentas de cómo se realizan, quién las hace y cómo se costean cada una de las publicaciones hechas. Esto le da seriedad y credibilidad al nuevo medio.
- ✓ Respetar ética, principios, valores generales y leyes nacionales e internacionales con el fin de educar a la población sobre el contenido.
- ✓ Crear contenido diferente, la innovación es un elemento fundamental para llevar a cabo un buen medio. Hacer lo que nadie hace atraerá a la población meta, por lo que es necesario conocer los intereses de estos.
- ✓ Cuando los blogueros o administradores mantienen constancia a la hora de escribir, los usuarios crearán fidelidad por medio de visitas, lo que con el tiempo traerá prosperidad económica.
- ✓ Tomar en cuenta la profundidad y análisis de datos como una estrategia para atraer a los lectores que, están acostumbrados a la carencia de información por parte de espacios informales.
- ✓ Concursos
- ✓ Es importante siempre tomar en cuenta la opinión del usuario lector. Por lo que se debe abrir la opción de comentarios o mensajería.

Para concluir con esta guía, se hace la recomendación de tomar en cuenta de forma fundamental la opinión y participación de la ciudadanía, ya sea por medio de opiniones, realización de notas pequeñas, créditos de multimedia utilizada y hasta interacción entre

entrevistados y el público. La intención es que, los lectores sientan confianza y transparencia sobre un medio.

La guía fue compuesta por la opinión de profesionales en periodismo, comunicación colectiva, medios digitales y tradicionales así como redes sociales. Se contó con la ayuda de Guillermo Fernández, Marilyn Agüero, Ricardo Cordero, Natahlia Villalobos, Óscar Ulloa, Richard Molina y Glenda Solano.



# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL

Por Ana Lucía Zamora Mora

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



Conforme se desarrollaba la investigación, se descubrió que, lo ideal para informar correcta y formalmente, es creando una red informativa digital que muestre la presencia de su proyecto en varias plataformas, por lo que el blog debe complementarse con RRSS y página web.

Esta guía la puede llevar a cabo cualquier persona que tenga la intención de informar a la ciudadanía sobre algún tema deseado con el fin de respetar normas básicas y esenciales de comunicación colectiva. También, los nuevos periodistas pueden consultarla para llevar a cabo un proyecto de emprendedurismo.



# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



## Aspectos importantes de estructura

Las plataformas digitales que se deben tomar en cuenta para iniciar un medio informativo son tres en especial, esto debido a que los usuarios tienen más conocimiento sobre las mismas y saben ingresar fácilmente. A primera instancia, no es requisito tener todas, pero conforme avanza el proyecto es importante complementarlas y siempre mantenerlas enlazadas.

### Blog Digital

Los blogs son la mejor forma de agregar contenido profundo y llamativo sobre temas de interés público o de un nicho. La intención es que los usuarios encuentren material que sea de su utilidad y den aportes sobre el mismo. En dicha plataforma se pueden visualizar todas las publicaciones a través de los meses, por si los lectores desean buscarlas.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



## Página Web

Este es el espacio más grande y serio que una o un grupo de personas pueden utilizar para informar. La página web ofrece, en su estructura la posibilidad de la usabilidad con el fin de que el usuario tenga todos los botones y ventanas en los lugares que más le convengan. A diferencia del blog, el contenido de la página web puede ser más distribuido y cambiante.

## RRSS

Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para los medios digitales, ya que la presencia en estas ayuda a dar a conocer el material que se publica en el blog o en la página web; si sólo se tuviera alguna de las plataformas anteriores siempre es importante enlazarlas con las RRSS.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



Por medio de estas, los usuarios tienen la opción de interactuar con comentarios, mensajería privada o bien compartiendo con sus amigos más cercanos en la red. De esta forma, el contenido tiene más alcance del que podría tener sólo con una plataforma.

A nivel general, se brindarán los puntos más importantes que guíen a cualquier persona que desee abrir un espacio digital informativo:

- Conocer las herramientas tecnológicas que se tienen al alcance como dispositivos portátiles y aplicaciones de fácil manejo.
- Se recomienda que los blogs sean esa sección que brinde un plus a los usuarios, con el fin de que el contenido que reciban les brinde un aporte informativo en sus vidas cotidianas.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



- Respecto a las páginas web, se recomienda iniciar con una plataforma de fácil manejo para actualizar fácilmente el contenido. Conforme se avanza se puede cambiar por una más complicada para no tener problemas de diseño.
- Respecto a las RSS, se debe escoger un perfil empresarial, más no uno personal, el primero tiene herramientas idóneas para la medición de la audiencia de los usuarios lectores. Además, ayudará a llevar un control sobre cada una de las publicaciones.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



● Se debe verificar que cada una de las plataformas se pueda visualizar en dispositivos portátiles como Tablet o Smartphone. De esta forma no será necesario la exclusividad del medio sólo por el computador.

● La publicidad es el medio para conseguir un ingreso, las empresas comerciales andan en busca de espacios llamativos para su público meta, por lo que, depende del contenido publicado así serán las nuevas propuestas.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



● Cierta cantidad de visitas genera dinero por la interacción de la plataforma y Google le dará por generar tráfico e interacción por medio de su sitio. Para lograr esto se debe conseguir una fuerte visitación.

● Tomar en cuenta la usabilidad, esto con el fin de que los usuarios tengan el completo acceso a cada una de las ventanas de su interés. Logrando una comodidad y preferencia sobre la plataforma.



# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



Las páginas más recomendadas para realizar un blog de manera efectiva y barata son:



weebly

tumblr.



JIMDO

twitter

facebook



Las razones por las que se seleccionaron las plataformas anteriores son por su fácil uso, su gratuidad y un aspecto muy importante, son opciones que se pueden visualizar por medio de una aplicación en teléfono móvil.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



## Aspectos importantes de contenido

Llevar a cabo un medio digital es igual que crear una empresa, por lo que se debe investigar antes de tomar cualquier decisión. Sin un previo estudio pueden suceder situaciones inesperadas y provocar el fracaso del proyecto. Mediante esta sección, se mostrará qué se debe hacer para que haya efectividad en el contenido que se publicará.

- 1** Estudiar muy bien las necesidades de la población que se tomará como público meta para satisfacer sus intereses informativos.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



**2** Estudiar muy bien las necesidades de la población que se tomará como público meta para satisfacer sus intereses informativos.

**3** Estudiar o capacitarse sobre las formas de comunicación masiva y sus características. Aunque la persona sea profesional en otra área, debe tener bases sobre periodismo o community manager.

**4** Realizar cada tarea con transparencia, ya que cada medio debe brindar cuentas de cómo se realizan, quién las hace y cómo se costean cada una de las publicaciones hechas. Esto le da seriedad y credibilidad al nuevo medio.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



**5** Respetar ética, principios, valores generales y leyes nacionales e internacionales con el fin de educar a la población sobre el contenido.

**6** Crear contenido diferente, la innovación es un elemento fundamental para llevar a cabo un buen medio. Hacer lo que nadie hace atraerá a la población meta, por lo que es necesario conocer los intereses de estos.

**7** Cuando los blogueros o administradores mantienen constancia a la hora de escribir, los usuarios crearán fidelidad por medio de visitas, lo que con el tiempo traerá prosperidad económica.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



**8** Tomar en cuenta la profundidad y análisis de datos como una estrategia para atraer a los lectores que, están acostumbrados a la carencia de información por parte de espacios informales.

**9** Concursos.

**10** Es importante siempre tomar en cuenta la opinión del usuario lector. Por lo que se debe abrir la opción de comentarios o mensajería.

# GUÍA PARA UN BUEN MEDIO DIGITAL



Para concluir con esta guía, se hace la recomendación de tomar en cuenta de forma fundamental la opinión y participación de la ciudadanía, ya sea por medio de opiniones, realización de notas pequeñas, créditos de multimedia utilizada y hasta interacción entre entrevistados y el público. La intención es que, los lectores sientan confianza y transparencia sobre un medio.

La guía fue compuesta por la opinión de profesionales en periodismo, comunicación colectiva, medios digitales y tradicionales así como redes sociales. Se contó con la ayuda de Guillermo Fernández, Marilyn Agüero, Ricardo Cordero, Natahlia Villalobos, Óscar Ulloa, Richard Molina y Glenda Solano.

## REFERENCIAS

- Abaca, A. (2006) *La percepción ¿Una manera de construir la realidad?* Experimentación, Innovación, Creación [Versión PDF] Recuperado el 18 de agosto del 2017 de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/122\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/122_libro.pdf)
- Araya, A. (2013) *El Infierno en Costa Rica: anonimato como mecanismo para romper la espiral del silencio y creación de un espacio para la voz popular*. Recuperado el 17 de mayo de: <https://huellasculturales11.wordpress.com/trabajos-de-estudiantes-2013/trabajos-de-estudiantes-2013elchamuko/>
- Ávalos, X. (2015) Sistema de Información Cultural de Costa Rica. Historia de Teletica. Recuperado 25 de agosto del 2014 de: <https://si.cultura.cr/agrupaciones-y-organizaciones/televisora-de-costa-rica-teletica-canal-7.html>
- Ávila, H. (2006) Introducción a la Metodología de la Investigación. [Versión PDF]
- Barrantes, R. (2002) *Investigación: Un camino al conocimiento un enfoque cuantitativo y cualitativo*.
- Benavides, J. y Quintero, C. (2011). *Escribir en Prensa: Manual del Estilo*. Antología Periodismo Escrito. Universidad Internacional de las Américas. Costa Rica
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Universidad de la Sabana. Colombia. [Versión PDF]
- Blog, bloguero y bloguear, términos asentados en español* (2015). Recuperado el 16 de agosto del 2017 de <http://www.fundeu.es/recomendacion/blog-bloguero-bloguear-bitacora/>
- Brenes, R. (2010) *Periodismo 3.0 en las nuevas tecnologías: voz paralela a la actividad periodística* (Tesina de bachillerato en periodismo) Universidad Internacional de las Américas. Costa Rica
- Código de ética de las y los profesionales en comunicación. Colegio de Periodistas (2011). Recuperado el 30 de agosto del 2017 de: [http://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo\\_etica.pdf](http://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo_etica.pdf)

- Código de la Niñez y la Adolescencia No. 7739 (1998). Recuperado el 30 de agosto de [https://oas.org/dil/esp/Codigo\\_Ninez\\_Adolescencia\\_Costa\\_Rica.pdf](https://oas.org/dil/esp/Codigo_Ninez_Adolescencia_Costa_Rica.pdf)
- Código Penal No. 4573 (1996). Recuperado el 30 de agosto de: [https://www.oas.org/dil/esp/Codigo\\_Penal\\_Costa\\_Rica.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/Codigo_Penal_Costa_Rica.pdf)
- Cruz, R., Amador, A., Núñez, N., Quirós, A. Valverde, M y Cuevas, F. (2016). Informe hacia la sociedad de la información y el conocimiento. Prosic. Recuperado el 23 de junio de <http://www.prosic.ucr.ac.cr/informe-2016>
- Cubillos A. (2004) Proyectos de Grado. *Ciencias naturales (epistemología, lógica y comunicación)*. Cargraphics. Recuperado el 20 de agosto del 2017.
- Dávila, G. (2006) *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Recuperado el 3 de julio del 2017.
- Delamaza, G, Robles, C, Montecinos, E y Oschsenius, C. (2012) *Redes de política pública y agendas de participación ciudadana en el Chile pos transicional ¿Desafiando la política o recreando sus límites?* (Redalyc) Recuperado el 5 de setiembre del 2017 de: <http://www.redalyc.org/pdf/133/13323078002.pdf>
- Delfino, D. (2008) Primer Encuentro Internacional de Periodismo Ciudadano en Costa Rica. 89 Decibeles. Recuperado el 17 de mayo del 2017 de: <http://www.89decibeles.com/articulos/primer-encuentro-internacional-de-periodismo-ciudadano-en-costa-rica>
- Drummond, C. (3 de agosto 2017) *La historia de Facebook desde el 2004 hasta hoy*. Ticbeat. Recuperado el 6 de setiembre del 2017 de: <http://www.ticbeat.com/socialmedia/la-historia-de-facebook-desde-2004-hasta-hoy/>
- El Universal (2017). *Hay 4 tipos de usuarios en Facebook*. (Clasificación de los usuarios activos de la red social Facebook). Recuperado el 6 de setiembre del 2017 en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2017/07/17/hay-solo-cuatro-tipos-de-usuarios-en-facebook>

- El Observatorio de nuevos medios en español: América Latina, España y Estados Unidos (2015). Fundación BBVA [Muestra de los nuevos medios digitales de dichos países] Recuperado el 1º de setiembre de: <http://www.nuevosmedios.es/medios/>
- Facebook Empresas (2015). *Nuevas herramientas para administrar la comunicación de tu página*. Recuperado el 7 de setiembre del 2017 de: <https://es-la.facebook.com/business/news/LA-Nuevas-herramientas-para-administrar-la-comunicacin-en-tu-pagina>
- Fraga, I. (2012) *Brazilian newspapers leave Google News en masse*. Journalism in the Americas. (Noticia sobre la situación en Brasil con los medios digitales y Google) Recuperado el 20 de octubre del 2017 en: <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-11803-brazilian-newspapers-leave-google-news-en-masse>
- Fundeu de la BBVA. (2015) *Blog, Bloguero y Bloguear, términos asentados en español*. (Adaptación de conceptos nativos del inglés al español) Recuperado el 1º de setiembre del de: <http://www.fundeu.es/recomendacion/blog-bloguero-bloguear-bitacora/>
- García, J. Navarro, F. Arias, F. (2014). *La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso*. Universidad La Sabana. España. Recuperado el 18 de agosto del 2017 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3412/html>
- García, P. y Montoya, M. (2006). *Periodismo Digital y Periodismo ciudadano*. (Dialnet) Recuperado el 29 de setiembre del 2017 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=417950>
- Gonzalo, P. y Espiritusanto, O. (2011) *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Recuperado de 1º de setiembre del 2017: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-12-15-libro-periodismo-ciudadano.pdf>
- Gronemeyer, M. (2006) *Periodismo en Guardia, El Reto de los Blogs*. (Dialnet). Recuperado del 17 de agosto del 2017: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2934039>

- Guía de emprendedor. La Suma de Todos (s. f) *¿Qué es una página web?* [www.emprendelo.es](http://www.emprendelo.es). Recuperado el 19 de agosto del 2017 de: [http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49\\_7.9\\_WEB.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf)
- Guillardes, F. (2014). Leer lo necesario. *Tipos de lectores, prácticas lectoras y uso de internet en establecimientos escolares del Gran Valparaíso*. Universidad de Valparaíso, Chile. [Versión PDF]
- Hemeroteca PL. (2017) *65 años de periodismo independiente, honrado y digno*. (Historia del periódico la Prensa Libre) Recuperado el 25 de agosto del 2017 de: <http://www.prensalibre.com/hemeroteca/64-aos-de-periodismo-independiente-honrado-y-digno>
- Hernández, R., Fernández C., Baptista M. (2014). *Metodología de la Investigación*. [Versión PDF]
- Herrero, E. (2015). *La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico*. (SciELO) Recuperado el 19 de agosto del 2017 de: <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v27n2/0103-3786-tinf-27-02-00165.pdf>
- Hütt, H. (2012). *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Revista electrónica. Reflexiones 91. Recuperado el 19 de agosto del 2017 de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>
- Jòdar, J (2009). *La nueva era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Recuperado el 4 de julio del 2017 de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf)
- Lardinois F. (2013) *Google Makes Google News In Germany Opt-In Only To Avoid Paying Fees Under New Copyright Law*. TechCrunch. Recuperado el 20 de octubre del 2017 de: <https://techcrunch.com/2013/06/21/google-makes-google-news-in-germany-opt-in-only-to-avoid-paying-fees-under-new-copyright-law/>

- Lasica, J. (2007) ¿Qué es el periodismo participativo? Revistas electrónicas UNAM. Recuperado de: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/viewFile/41699/37888>
- Ley Orgánica del Colegio de Periodistas N° 4420 La Asamblea legislativa de la República de Costa Rica. (2000) [Versión PDF]
- Marketingdirecto.com (2011). *Breve historia de las redes sociales*. (Línea de tiempo sobre los acontecimientos más relevantes en las RRSS) Recuperado el 1° de setiembre del 2017 de: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales>
- Melgar, J. RED 506 (2016). *Uso De Internet Y Redes Sociales En Costa Rica Al 2016*. iLifebelt Times. Recuperado el 17 de mayo del 2017 de: <http://ilifebelt.com/uso-internet-redes-sociales-costa-rica/2016/08/>
- Meso, K. (2013). *Periodismo y Audiencias: Inquietudes Sobre los Contenidos Generados por los Usuarios*. Scielo: Scientific Electronic Library Online. Recuperado el 5 de julio del 2017 de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2013000200006](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2013000200006)
- Moo, M. (1992). *Ética Profesional y Trabajo*, 1- 4. Recuperado el 26 de setiembre de: <http://www.educacionyciencia.org/index.php/educacionyciencia/article/viewFile/52/pdf>
- Navarro B. (2015) *¿Qué es un blog y para qué sirve? Pasos para crear un Blog*. [PDF]. Recuperado: 21 de agosto del 2017.
- Noguera, J. Martínez, J. y Grandío, M. (2011) *Redes Sociales para estudiantes de Comunicación. 50 ideas para comprender el escenario en line*. [Versión PDF] Recuperado el 30 de setiembre del 2017.
- Paul, S. (2013) *estrategia digital ¿Qué es una plataforma? (Conceptos sobre plataformas digitales)* Recuperado el 22 de agosto del 2017 de: <https://cafrancavilla.com/2013/02/14/estrategia-digital-que-es-una-plataforma/>

- Pardilla, S. (2015). *Historia de los blogs/ Del Primer Blog hasta Hoy*. Recuperado el 21 de agosto del 2017 de <https://communityanalysis.com/historia-de-los-blogs-el-primer-blog-y-su-popularizacion/>
- Román, D. y Rodríguez, H. (2014) *Gustos y preferencias del segmento de empleados de los departamentos de Mantenimiento y de Limpieza respecto a los productos y servicios ofrecidos por la Asociación Solidarista de Empleados de Ciudad Histórica Costarricense, ubicada en la Uruca, durante el III cuatrimestre del año 2013* (Tesis de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en mercadeo) Universidad Latina. San José, Costa Rica.
- Romero, P. (1976). *Los problemas de la inmediatez: Hemos matado a Steve Jobs* [Versión PDF]. Recuperado el 21 de agosto del 2017 <http://evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos8.pdf>
- Salvat, G. y Paniagua, P. (2007) *¿Es esto periodismo, ciudadano?* Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Recuperado 24 de agosto del 2017 de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110227A/12108>
- Tegnomagazine (2017). *Periodismo alternativo: ¿Qué es y quienes lo realizan?*  
Recuperado el 23 de agosto del 2017 de: <http://tecomagazine.net/2017/06/15/periodismo-alternativo/>
- Vargas, L. (1994) *Sobre el concepto de percepción*. (Redalyc) Recuperado el 18 de agosto del 2017 de: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Vargas, O. (1979). *Las fuentes: Un manantial de información*. Antología Periodismo Escrito. Universidad Internacional de las Américas. Costa Rica.
- Viner, K. (2016) *How technology disrupted the truth*. The Guardian. Recuperado el 16 de mayo del 2017 de: <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>

## Apéndice A

### Sondeo

#### Microblogs y páginas de entretenimiento

##### 1. ¿Cuál es su edad? \*

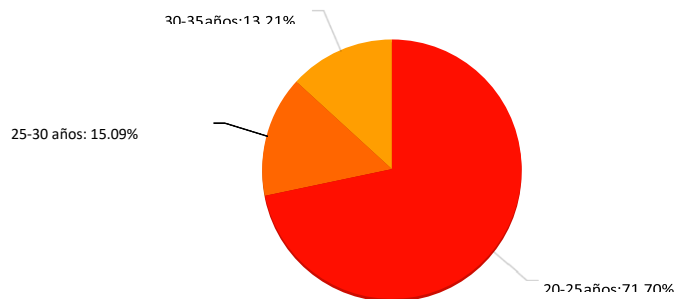
Número de participantes:

53

38 (71,7%): 20-25 años

8 (15,1%): 25-30 años

7 (13,2%): 30-35 años



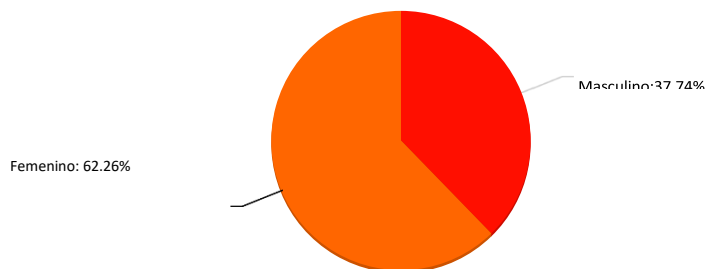
##### 2. Género \*

Número de participantes:

53

20 (37,7%): Masculino

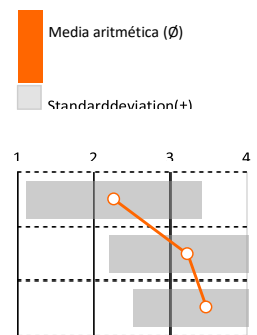
33 (62,3%): Femenino



3. ¿Con que frecuencia revisa los siguientes blogs en redes sociales (Facebook)? \*

Número de participantes: 66

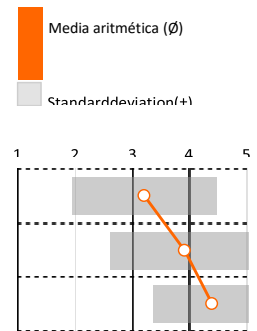
	Todos los días (1)		Una vez a la semana (2)		Una vez al mes (3)		Ningún día (4)		∅	±
	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%		
Tome Pal Pinto	23x	34,85	17x	25,76	12x	18,18	14x	21,21	2,26	1,15
El Infierno en Costa Rica	7x	10,61	9x	13,64	12x	18,18	38x	57,58	3,23	1,05
El Mao Cr	6x	9,09	5x	7,58	6x	9,09	49x	74,24	3,48	0,98



4. ¿La información publicada en los siguientes sitios son de su interés? \*

Número de participantes: 66

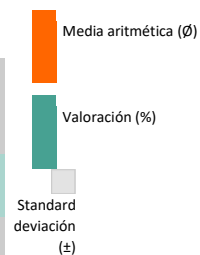
	5 (1)		4 (2)		3 (3)		2 (4)		1 (5)		∅	±
	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%		
Tome Pal Pinto	6x	9,09	13x	19,70	23x	34,85	9x	13,64	15x	22,73	3,21	1,26
El Infierno en Costa Rica	3x	4,55	10x	15,15	10x	15,15	10x	15,15	33x	50,00	3,91	1,30
El Mao CR	2x	3,03	1x	1,52	11x	16,67	7x	10,61	45x	68,18	4,39	1,02



## 5. ¿Qué le parece el sitio? \*

Número de participantes: 65

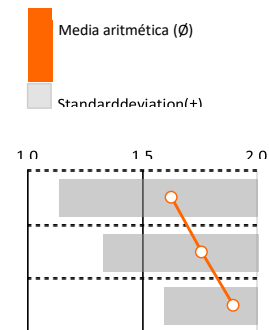
	Interesante (1)		Poco atractivo (2)		Nada atractivo (3)		Ø	±	V
	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
Tome Pal Pinto	32x	49,23	25x	38,46	8x	12,31	1,63	0,70	52%
El Infierno en Costa Rica	18x	27,69	24x	36,92	23x	35,38	2,08	0,80	35%
El Mao CR	7x	10,77	25x	38,46	33x	50,77	2,40	0,68	26%



## 6. ¿Usted considera que la información publicada en estos sitios es fidedigna? \*

Número de participantes: 63

	SI (1)		NO (2)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%		
Tome Pal Pinto	23x	36,51	40x	63,49	1,63	0,49
El Infierno en Costa Rica	15x	23,81	48x	76,19	1,76	0,43
El Mao CR	6x	9,52	57x	90,48	1,90	0,30



## 7. ¿Por qué? Comente en breve \*

Número de participantes: 61

- Muchos son Forward de páginas confiables - No conozco ninguno de los 3 sitios.
- Porque es prensa amarillista
- Expone temas de interés nacional en ocasiones.
- Siempre se van a crear nuevas páginas

- No las sigo
- Realmente ni siquiera conozco alguna de estas páginas, no sé de qué hablan y ciertamente no es relativo para mi interés
- Algunas noticias no tienen fuente; lo q las hace poco creíbles
- Muchas de estas páginas recopilan datos de noticieros nacionales e internacionales donde la información es válida. También dejó en claro que la mayoría de información que leo de estas páginas son por memes que realizan de hechos sucedidos particularmente.
- No puede haber información verídica en páginas informales
- Porque no son medios estrictamente oficiales
- Cosas q pasan en la vida real
- No son fuentes confiables
- Son medios que publican información que ven en cualquier parte. No analizan lo que publican, tienden a ser negligentes en sus publicaciones.
- Porque algunas de las denuncias que he visto, son más reales y de interés público.
- Pueden ser interesantes algunos posts a simple vista, pero son pura charlatanería.
- Por cuando casi no veo y no es poco a interés poco productivo para mí.
- Tome pal pinto: Es una página que publica eventos que han sucedido tratando de confirmar la veracidad de los mismos. Las otras páginas no cumplen ese valor o no se preocupan por hacerlo, ¡publican hasta eventos de otros países haciéndolos pasar como nacionales!!!
- Da igual.
- No me da confianza
- Casi siempre son críticas con un toque amarillista a mi parecer
- Porque en realidad los anuncios que publican en su mayoría son para ganar público y poder ser un poco más famosos solo por publicar un chisme
- Siento que no son noticias o publicaciones en forma seria  
Son páginas creadas para la chota nacional  
Nunca las vi como una página de noticias seria
- Me parece que los temas que ahí se publican son solo para polémica.
- Son páginas que no sigo y si veo algo es porque alguien público y me salió en mi página.
- Porque es muy actualizada, y tiene sus fundamentos al publicar sobre algún tema  
Porque al revisar y comparar con páginas de noticias televisivas tienen la misma información y las otras dos las
- Desconozco
- Xq por lo general son noticias que salen en otros sitios

- No siempre se puede estar seguro de lo que publican, si veo algo en estos blogs busco en otras fuentes para estar segura que si es real
- Creo que la información que a veces publican son tomadas de páginas de informaciónmas importantes
- En las dos primeras se fían de las fuentes consultadas incluso coloca la información verdadera

El último nunca lo había escuchado

- NO SON cosas que me interesen mucho o me llamen la atención
- Tome pal pinto siento que un poco más serio en temas nacionales ni siempre, pero los demás siento que es por tener fama.
- Porque las informaciones tienen pocas fuentes informativas.
- El maecr nunca la he visto  
Tome pal pinto y el infierno en costa rica, son páginas q nos informan de una forma más realista sobre las cosas q pasan en el país
- Es la única que he visto (TOMÉ PAL PINTO)
- ¿Comenzando por el título o nombre de la página deja mucho que decir, que seriedad se puede tomar en esto??? Además, no pública con objetividad siempre es con un amarillismo solo para poner a pelear y ni tan siquiera para informar, en muchos casos es información comportadita no propia de ellos.
- No publican nada que me interese
- Porque alguien que se oculte no da credibilidad
- Tome Pal Pinto es de las páginas más activas de Facebook
- Porque siempre hay que saber a fondo las cosas y estar seguros de lo que repetimos como absoluta verdad, y en las redes es muy fácil mentir, por esa razón no hay que repetir lo que se escucha o lee ahí.
- Porque es información de la que muchas veces no obtenemos mayor aprendizaje o enriquecimiento
- Interés divertido para la afición costarricense
- Información muy al vacío
- Todos apuntan a partidos políticos pagados no creo en ninguno
- Fuente no tan confiable
- Son hechos que se dan en lugares conocidos por eso para mí son creíbles.
- Mucho (no todo) de lo publicado, no es de interés social y/o productivo.
- Ha servido de plataforma para denuncias.
- No eh visto esas paginas
- Sin fundamento y basado en el chisme

- No es una fuente confiable
- No todo puede ser verdad, pero por ejemplo tome Pal a pinto es menos seria y más de vacilón, el infierno es más de quejas y crítica social pero la última ni idea, sinceramente yo no la había escuchado, bueno en realidad no la tengo como página en face.
- Por qué si
- No vienen de fuentes confiables y no se sabe quién es el que detrás de esas páginas publicando la información
- Ya que muchas de las publicaciones nacen de una verdad, pero lamentablemente los administradores la mayoría de veces hacen notas donde tergiversan la información relevante para su beneficio y provocan que se generalice siempre con información que no es relevante o bien que no es la noticia real.  
 Veo las noticias de esta página, debido a que les di like y salen en mis noticias o novedades para observar en facebook, algunas veces sus notas si llaman mi atención, pero muy pocas veces.
- La mayoría son noticias presentadas sin ningún fundamento
- En la mayoría son paginas que comparten noticias de otro medio y no hay contenido propio - ...
- es actual y buena
- Habla y es un poco más realista de las injusticias en este país

8. ¿Usted ha encontrado información en este sitio que en algún otro medio de comunicación no? \*

Número de participantes: 60

	SI (1)		NO (2)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%		
Tome Pal Pinto	26x	43,33	34x	56,67	1,57	0,50
El Infierno en Costa Rica	21x	35,00	39x	65,00	1,65	0,48
El Mae CR	9x	15,00	51x	85,00	1,85	0,36

9. Indique alguna que recuerde

Número de participantes: 21

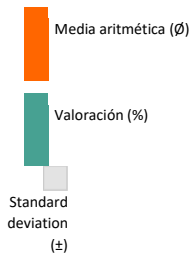
- No información importante
- No recuerdo en este momento
- El maecr

- No recuerdo
- Con la reciente situación del país, me enteré por medio de la página cuales fueron los centros educativos que estaban en riesgo.
- No recuerdo, las otras no las conozco
- Página de la Extra
- no recuerdo
- Oficial de tránsito pagando el peaje de un ciudadano
- Evasión de impuestos Amelia rueda -No recuerdo
- Si muchas veces he leído en tome pal pinto, cosas que no son verdad
- no recuerdo
- Casos de estafas greivin moya
- \*No frecuento buscar información en estos sitios.\* - Corrupción en el Gobierno.
- No recuerdo
- Toma palabras pinto
- El caso del cemento
- Noticias de la farándula nacional que a la mayoría de las personas no le importa. Por eso indicó que no he encontrado en otros medios información que en ellas sí he visto, porque los otros medios publican cosas más importantes desde mi punto de vista.
- periódico

10. ¿Qué le parece la estructura y formato de los siguientes sitios? \*

Número de participantes: 60

	Atractiva (1)		Poco atractiva (2)		Nada Atractiva (3)		Ø	±	V
	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
Tome Pal Pinto	24x	40,00	26x	43,33	10x	16,67	1,77	0,72	48%
El Infierno en Costa Rica	13x	21,67	28x	46,67	19x	31,67	2,10	0,73	34%
El Mae CR	8x	13,33	26x	43,33	26x	43,33	2,30	0,70	28%



11. ¿Le gustaría ver más sitios como estos en formato digital? \*

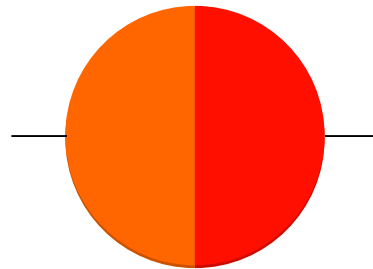
Número de participantes:

30 (50.0%): sí

30 (50.0%): no

sí: 50.00%

60  
no: 50.00%



## 12. ¿Por qué? \*

Número de participantes: 59

- Facilitan la comunicación
- Para mantenerme informada
- Si no es información veraz, leerlo es una pérdida de tiempo
- De esta manera salen a la luz temas que otros medios tradicionales no exponen.
- Ahora todo es avance
- No los sigo
- No los conozco, tendría que comenzar por ahí y luego saber si realmente valen la pena, no los eh escuchado mencionar por ningún, así que menos
- No son de mi interés
- Como anteriormente indique sigo a una página en particular por los memes, Para noticias de mi interés tengo otros medios digitales en donde me informo.
- No me gustan páginas sin información veraz cualquiera puede escribir lo que sea o copiar información
- No tengo mucho tiempo para ver tele
- No son interesantes ni confiables - Son de interés...
- Pura charlatanería
- Si por doy mi propia opinión de mi pensar.
- Si cumplen con los valores básicos de información y entretenimiento su contexto no es tan malo, ia pesar de comportarse como una televisora... su estrategia para atraer seguidores se basa en satisfacer las necesidades y gustos de quién los sigue!Entonces terminan haciendo lo mismo, ¡pero de una forma más divertida!- Poco interesante
- Interesantes - No los sigo.
- Porque sus publicaciones no son productivas para las personas ya que lo que hacen es hacer polémica hacia alguna empresa o alguna persona
- Al final de cuenta una página termina publicando lo mismo de las otras  
No es necesario ver lo mismo en tantas

- Porque de cierta manera a pesar de que la mayoría de ellos no son tan formales, pues nos hacen ver las noticias desde otro punto.
- Porque son páginas que no sigo
- Porque llaman la atención y son del interés de todos
- ¡Creo que es un medio de comunicación más rápida!
- Porque ya hay muchos sitios iguales
- ¡En realidad, no saco mucho tiempo para ver estos sitios en redes sociales!
- Porque creo que ya todo lo informativo atrae más cuando es en una red social
- Le quita créditos las fuentes verdaderas, le quita trabajo a los periodistas verdaderos que entienden el sentido real de la noticia (algunos no todos)
- Es una mejor manera de utilizar la tecnología
- No es necesario ya que están las noticias esas páginas son como para tener más fama - Es más fácil de acusar
- Xq nos muestran la realidad del país
- Me da igual
- Deseara ver sitios donde informe y motive al pueblo hacer, no solo llevarlos a criticar y que de ahí no pase, educar al pueblo no incitar a los problemas sin solución.
- Porque son amarillistas, en realidad no publican nada que ayude al ciudadano a ser mejor cada día
- Porque no apartan mucho
- Son informativos y graciosos
- Son sitios que no son de mi interés
- Las redes sociales son más factibles que las redes sociales en físico
- Diversión interactiva
- Abren más oportunidades
- Si me gustaria pero no con el mismo mensaje de miedo a lo q no es tradicional - Más informativos y con menos noticias sin sentido, blocs informativos no faranduleros - Es bueno estar informado de una manera más sencilla.
- A menos que busquen hacer el bien social, campañas o publicaciones que ayude a dar a conocer de alguna problemática que esté pasando en este país o bien, personas que necesitan ayuda.
- Más trabajo para periodistas y más canales para la comunicación y opinión pública.
- Sería mejor
- No son de mi interés
- Fuente no confiable empezando por el título
- Sería interesante

- Me da igual
- Por que son medios de comunicación con alguna chota
- Porque no dan periodismo integral, la información es solo para crear controversia y desde mis gustos, prefiero más un sitio que informe para cosas de beneficio, y no para conocer como vive y como se comportan personas que ni van al caso, la mayoría de estos sitios pública "chisme " y no noticia.
- Porque la información presentada no es confiable.
- No producen ni comparten nada que valga la pena leer/compartir/ver
- Es una manera más accesible de obtener la información.  
Estamos en una época donde el Internet es nuestro aliado.  
Tanto para informarnos, estudios, etc.  
porque nos mantienen informados
- 
- 
- Si sacan más cosas a la luz de los políticos corruptos, tal vez se elimine un poco o sea menor la corrupción

13. ¿Qué otros temas de su interés le agregaría a estos sitios? \*

Número de participantes: 47

- Política, economía.
- Siento que tome pal pinto y el maecr ,son sitios mas informales ( memes).  
Mientras que el infierno expone más denuncias y temas de interespublico.
- Información importante!
- Didáctico
- Noticias internacionales importantes! Que influyan en el interés nacional.
- Tradiciones
- Salud, mascotas
- Mejoras.... buscar soluciones....
- Temas que sean productivos para las personas q frecuentan las páginas ya que un poco d mejor conocimiento no está demás en las personas
- Más cultura, valores
- La verdad ninguno, creo que van al día con lo que acontece.
- Como no sigo no seque tipo de publicaciones salen. No podría indicar si no sigo algo

- Abarca temas de mi interés, como lo es la política y acciones erróneas del gobierno, podrían agregar un poco más de sucesos.
- Información sobre las carreteras
- Sociales temas de tecnología y salud
- Sería bueno que las noticias que den sean mejor abordadas, a veces los títulos no dicen realmente a que se refiere la noticia o se podrían redactar mejor sin necesidad de usar frases o palabras ofensivas o amarillistas - Creo que estas paginas tocan de todos los temas
- Política
- La verdad cosas culturales y sitios turísticos de Costa Rica donde podamos conocer más nuestro país
- Asuntos serios a nivel nacional
- De economía
- De salud
- Ninguno me parece q informan lo necesario
- Noticias positivas
- Educación para una población en general, mención de valores, informar lo que sucede con cosas como el clima y la gran contaminación, la importancia del agua, etc.
- De momento no tengo en mente ninguno
- ...
- Arte y cultura
- Cosas relevantes, que ayuden a la humanidad
- Noticias internaciones
- Música
- Temas comunales
- Política como informar desde la escuela educación publicación de becas y estudios inteligencia financiera cultura
- Cultura general
- Noticias de accidentes o sucesos
- \*\*
- Deportes.
- Deportes
- Ninguno
- Cualquier tema con buena fuente confiable
- Reportes de accidentes o desastres que ocurran en el momento, como una parte de noticias. - Mas política informativa

- Ninguno, informan de todo pero no la verdad y dan más relevancia al chisme y la controversia.  
Le agregaría más seriedad, más formalidad en las noticias.  
Le quitaría noticias sobre romances, ridículos u otros de índole similar de la farándula nacional.
- Noticias actuales, con buena redacción.
- Critica real, debate, posicionamiento - .....
- salud
- Gente del Gobierno

14. ¿Qué recomendaciones haría para mejorar estos sitios? \*

Número de participantes: 57

- Mayor confiabilidad
- n/a
- Investigar bien lo que publican
- Menos amarillismo
- mas seriedad
- ninguno
- Más publicidad xD
- ingresar noticias internacionales
- Su contenido es para chota, no agregaría nada
- Más temas positivos
- Ser más serios
- Que den información real, que tengan fuentes confiables, que tengan seriedad en sus publicaciones
- Cambiar los administradores
- Dejen de publicar cualquier cosa
- Que sea de gran ayuda informativo
- Investigar las noticias para confirmar la veracidad, el lugar y fecha de los acontecimientos, ya que esto es lo que más enfada a los que siguen estás páginas. Más cuando ocurre una tragedia y tratan de publicar vídeos de otros lugares como si fueran de la tragedia en cuestión!
- Temas de mas importancias - Que sean menos amarillistas - Ser más informativos...
- Que no hagan polémica para ganar publicidad que si quieren ganar que ganen por buenas y verdaderas publicaciones
- Analizar lo que publican y averiguar mejor la información

- Que se enfoquen en seguir su objetivo, y no desviarse publicando otras cosas que no tienen importancia
- No podría indicar o recomendar si no sigo los sitios
- Sucesos
- Ninguna
- No ser tan amarillistas
- Que la redacción mejore de manera que se informe la noticia desde un punto de vista neutral
- Para mi todo está bien
- El vocabulario
- Cambiar las ideas y temas de los sitios
- Publicar cosas mas serias y del agrado de las personas que sean menos chismosos y menoa burlistas
- Mas seriedad  
Menos amarillismo
- Tomarlos mas enserio como paginas dr noticias
- Más positivismo, para eso están las noticias
- Deben de enfocarse que si sus noticias son "demandas" Que realmente se vean como una crítica constructiva, no solo crítica y maldad.
- Ser más realistas y no acosar tanto al gremio policial e informarse más antes de criticar
- Las Fuentes creibles- Nada
- Me refiero específicamente a tome pal pinto porque las otras dos páginas nunca las he visto.

Que no pongan tantos chismes, porque aunque se que eso es lo que le gusta a la gente, en mi caso me disgusta el chisme y más cuando es mentira solo para perjudicar

- Tener más temas informativos
- Más publicaciones
- Más fidelidad
- Dejar el futbol y entretenimiento en épocas de corrupción descarada
- Mejores periodistas, con temas más entretenidos y de interés. No hacer una nota x solo por hacerla sino que traiga su mensaje final
- Publicar noticias reales, de interés
- Seriedad
- Formalizar los medios, que cuenten con página web, etc.
- No engañar a las personas

- Que los eliminen o que realmente se basen en bases reales y no ganar likes con cualquier estupidez
- No amarillismo, fuentes confiables
- Tal vez que no cansen con la misma situación una y otra vez, por ejemplo lo del mundial siento que han pasado muchas noticias y comentarios sobre eso y a veces cansa
- Más fuentes confiables
- Seriedad, no tergiversar la información
- Buena redacción.  
Ortografía.  
Fuentes fidedignas.
- Hablen de temas importantes de forma seria y con gente seria
- que sigan adelante
- Que sea gente con estudios y que se encuentren o estén en los trabajos del Gobierno

## Apéndice B

### Análisis de Estructura El MAECR

Noticia	Mes	Redacción y ortografía	Lenguaje	Fuentes	Aplicaciones Multimedia	Enlaces Externos	Títulos/ Entrada	Personalidad del Personaje	Temática
<a href="https://goo.gl/8fziDY">https://goo.gl/8fziDY</a>	Enero	Puntuación correcta	Coloquial	Tomada de otro medio	Fotografía diseñada	No hay	Juicio de valor	Poco Interactiva	Juiciales
<a href="https://goo.gl/3APWiy">https://goo.gl/3APWiy</a>	Enero	Puntuación correcta	Natural (Burlista)	Tomada de otro medio	Fotografía	No hay	Pobre (sólo emojis)	No hay interacción	Sucesos
<a href="https://goo.gl/pWYFdR">https://goo.gl/pWYFdR</a>	Febrero	Puntuación Correcta	Coloquial / Popular	Tomada de otro medio	Fotografía	Hastag	Corto/ pobre	Crítica/ chota	Política
<a href="https://goo.gl/gtT9S4">https://goo.gl/gtT9S4</a>	Febrero	Falta de puntuación (comillas)	Coloquial / Popular	No especifica	Fotografía	No hay	Pobre (emojis)	Molestia	Política
<a href="https://goo.gl/tGMT3i">https://goo.gl/tGMT3i</a>	Marzo	Puntuación correcta	Popular/ Soez	No especifica	Imagen diseñada	No hay	Crítica	Molestia	Judicial
<a href="https://goo.gl/7o8Pdh">https://goo.gl/7o8Pdh</a>	Marzo	Puntuación correcta	Popular/ Soez	No especifica	Imagen diseñada	No hay	Crítica	Llamativo(motivacional)	Social
<a href="https://goo.gl/HKVCd4">https://goo.gl/HKVCd4</a>	Abril	Buena Puntuación	Popular	No aplica	Imagen diseñada	No hay	Llamativo(motivacional)	No hay interacción	Política
<a href="https://goo.gl/BDK8nj">https://goo.gl/BDK8nj</a>	Abril	Faltas de mayúsculas	Natural	Desconocida/Filtrada	Video con audio	No hay	Pobre (emoji)	Impresionado	Sucesos
<a href="https://goo.gl/ajA7zC">https://goo.gl/ajA7zC</a>	Abril	Buena Puntuación	Natural	No aplica	Imagen diseñada	No hay	Pobre/ No llamativo	Decepcionado	Judicial
<a href="https://goo.gl/3U1aLh">https://goo.gl/3U1aLh</a>	Mayo	Falta de signos puntuación	Natural	No especifica	Video	Enlace a web	Pobre (emojis)	Emocionado	Nacional
<a href="https://goo.gl/Dcdequ">https://goo.gl/Dcdequ</a>	Mayo	Falta de orden	Técnico	No especifica	Imagen con diseño	No hay	Poco llamativo	Incita a la opinión	Religion
<a href="https://goo.gl/3ubv15">https://goo.gl/3ubv15</a>	Junio	Buena puntuación	Técnico	No especifica	Imagen diseñada	No hay	Llamativo	Muy interactivo/llama a la opinión	Deportes
<a href="https://goo.gl/evjNWb">https://goo.gl/evjNWb</a>	Junio	Buena redacción	Natural	No aplica	Imagen diseñada	No hay	Corto/poco llamativo	Chota	Internacionales
<a href="https://goo.gl/C25T85">https://goo.gl/C25T85</a>	Julio	Buena redacción	Natural	Desconocida	Video	No hay	Llamativo	Crítico	Ambiental
<a href="https://goo.gl/EwF3Gv">https://goo.gl/EwF3Gv</a>	Julio	Buena puntuación	Natural	No aplica	Imagen diseñada	No hay	Poco llamativo	Burlista	Social
<a href="https://goo.gl/74iRr4">https://goo.gl/74iRr4</a>	Agosto	Buena redacción	Natural	No informativa	Imagen diseñada	No hay	Llamativo	Motivacional	Social
<a href="https://goo.gl/Hp9hqK">https://goo.gl/Hp9hqK</a>	Agosto	Falta de signos puntuación	Coloquial/ Popular	Desconocida	Imagen diseñada	No hay	Pobre	Chota	Economía
<a href="https://goo.gl/sc58hR">https://goo.gl/sc58hR</a>	Setiembre	Buena redacción	Natural	No aplica	Imagen diseñada	No hay	Poco llamativo	Chota	Humor
<a href="https://goo.gl/3kMxyq">https://goo.gl/3kMxyq</a>	Setiembre	Buena puntuación	Soez/Natural	No aplica	Video	NO hay	Señas indebidas	Burlista	Deportes

## Apéndice C

### Análisis de Contenido El MaeCR

Noticia	Mes	Interacción	Credibilidad	Veracidad	Ética	Objetividad
<a href="https://goo.gl/8fziDY">https://goo.gl/8fziDY</a>	Enero # 1	103 reacciones - 7 comentarios	30 compartidos	Noticia real	Inequilibrada	Poca/crítica-enfado
<a href="https://goo.gl/3APWiy">https://goo.gl/3APWiy</a>	Enero # 2	155 reacciones - 6 coments	54 compartidos	Noticia real	Inoportuna	No/Burla
<a href="https://goo.gl/pWYFdR">https://goo.gl/pWYFdR</a>	Febrero # 1	23 reacciones - coments	0 compartidos	Info hipotética	Juicios de valor/ Ofensas	No hay/ Crítica
<a href="https://goo.gl/gtT9S4">https://goo.gl/gtT9S4</a>	Febrero # 2	945 reacciones - 49 coments	7209 compartidos	Dudosa	Juicios de valor	No/burla
<a href="https://goo.gl/3APWiy">https://goo.gl/3APWiy</a>	Marzo # 1	539 reacciones - 12 coments	2002 compartidos	Real	Ofensas/ inequilibrio	No/crítica
	Marzo # 2					
<a href="https://goo.gl/HKVCd4">https://goo.gl/HKVCd4</a>	Abril # 1	840 reacciones - 33 coments	1346 compartidos		Inequilibrada	No
<a href="https://goo.gl/hRfKwv">https://goo.gl/hRfKwv</a>	Abril # 2	4668 reacciones - 169 coments	4668 compartidos	Poco fidedigna	Ofensas/ inequilibrio	No
<a href="https://goo.gl/3U1aLh">https://goo.gl/3U1aLh</a>	Mayo # 1	2518 Reac - 67 145 Repr- 112 Comen	931	Media*	No afecta	No aplica
<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mayo # 2	1558 reacciones - 24 coments	1	No aplica	Equilibrada	Busca opinión
<a href="https://goo.gl/ytlvoJ">https://goo.gl/ytlvoJ</a>	Junio	662 reacciones- 8 coments	114 compartidos	Poco fidedigna	discriminación/ Juicios de	Sujetiva
<a href="https://goo.gl/dCAqFw">https://goo.gl/dCAqFw</a>	Junio # 1	2856 Reacciones - 100 coments	1818 compartidos	Info real	Doble sentido	No
<a href="https://goo.gl/wdazGh">https://goo.gl/wdazGh</a>	Junio # 2	1451 reacciones- 7 comentarios	199 compartidos	Opinativo	Inequilibrada	Subjetivo
<a href="https://goo.gl/Lom55G">https://goo.gl/Lom55G</a>	Julio # 1	473 reacciones- 19 comentarios	0 compartidos	Opinativo	Incita a la respuesta	Subjetivo(emojis)
<a href="https://goo.gl/EwF3Gv">https://goo.gl/EwF3Gv</a>	Julio # 2	497 reacciones - 4 comentarios	40 compartidos	Info hipotética	Incita a burla	No
<a href="https://goo.gl/74iRr4">https://goo.gl/74iRr4</a>	Agosto # 1	1399 reacciones - 16 comentarios	273 compartidos	Info real/ generalizada	No afecta	Opinión
<a href="https://goo.gl/Hp9hqK">https://goo.gl/Hp9hqK</a>	Agosto # 2	285 reacciones	29 compartidos	Irreal	Exageración	No
<a href="https://goo.gl/sc58hR">https://goo.gl/sc58hR</a>	Setiembre # 1	1033 reacciones- 5 comentarios	106 compartidos	Generalizado	Parcialidad	No
<a href="https://goo.gl/3kMxyq">https://goo.gl/3kMxyq</a>	Setiembre # 2	1312 rec-32 598 repr - 154 coments	303 compartidos	Real	Ofensas	Subjetivo

### Apéndice D

#### Análisis de Estructura Tome Pal Pinto

Noticias	Mes	Redaccion y Ort.	Lenguaje	Fuentes	Aplic. Multimedia	Título/ Entrada	Enlaces Externos	Personalidad del personaje	Temática
<a href="https://goo.gl/P6eoHA">https://goo.gl/P6eoHA</a>	Enero # 1	Faltas de puntuación	Natural	(1) RRSS- Facebook	Fotografía	Llamativo	Facebook/ Publicidad	No hay interacción	Social
<a href="https://goo.gl/ZLMUKd">https://goo.gl/ZLMUKd</a>	Enero # 2	Falta de mayúsculas	Natural	(2) Falta de f. profesionales	Fotografías	Poco llamativo/compuest	Facebook/ Publicidad	Mal intencionado/ chisme	Social
<a href="https://goo.gl/SkFCh3">https://goo.gl/SkFCh3</a>	Febrero # 1	Faltas de puntuación	Natural	(1) Oficial	Foto y video	Confuso/ Mal escrito	RRSS/Publicidad	Informativo	Nacional
<a href="https://goo.gl/lkTSci">https://goo.gl/lkTSci</a>	Febrero # 2	Buena puntuación	Técnico	(1) Oficial	Foto archivo	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Política
<a href="https://goo.gl/KRMd8a">https://goo.gl/KRMd8a</a>	Marzo # 1	Redacción confusa	Técnico (no entendible)	(1) Medio de comunic.	Foto archivo	Confuso/pregunta	Facebook/ Publicidad	Informativo	Farándula
<a href="https://goo.gl/WbxCbN">https://goo.gl/WbxCbN</a>	Marzo # 2	Buena redacción	Natural	No la menciona	Foto y video	Llamativo/Mal escrito	Facebook/ Publicidad	Informativo	Farándula
<a href="https://goo.gl/cHWw8X">https://goo.gl/cHWw8X</a>	Abril # 1	altas de puntuación y mayuscula	Natural	(1) Medio de comunic.	Foto y video	Llamativo	Facebook/ Publicidad	Poco interactivo	Nacional
<a href="http://bit.ly/2zM1MLF">http://bit.ly/2zM1MLF</a>	Abril # 2	Buena redacción	Técnico	No la menciona	Fotografías	Largo	RRSS/Publicidad	Similar de otro medio	Entretenimiento
<a href="https://goo.gl/fyQn9W">https://goo.gl/fyQn9W</a>	Mayo # 1	Buena redacción	Coloquial	(3) Fuentes oficales y testigos	Foto y video	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Nacional
<a href="https://goo.gl/3MDjz5">https://goo.gl/3MDjz5</a>	Mayo # 2	Uso incorrecto de signos	Coloquial	(1) Oficial	Fotografía	Llamativo/Mal escrito	RRSS/Publicidad	Informal/Popular	Nacional
<a href="https://goo.gl/BMRNh9">https://goo.gl/BMRNh9</a>	Junio # 1	Faltas de mayúsculas, puntuación	Técnico	(2) Documental / no menciona	Fotografía	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Política y social
<a href="https://goo.gl/2LGrF5">https://goo.gl/2LGrF5</a>	Junio # 2	Falta de letras	Sexista	(1) RRSS Instagram	Fotografía	Largo/ Morbo	RRSS/Publicidad	Chismoso	Farándula
<a href="https://goo.gl/oRhhCW">https://goo.gl/oRhhCW</a>	Julio # 1	Mala redacción	Coloquial/ Popular	No la menciona	Fotografías	Confuso	RRSS/Publicidad	Critica/ Burla	Farándula
<a href="http://un-cocodrilo-espanto-los">un-cocodrilo-espanto-los</a>	Julio # 2	Buena redacción	Coloquial/ Popular	RRSS- Facebook	Foto y video	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informal/Popular	Sucesos
<a href="http://bit.ly/2gOF29T">http://bit.ly/2gOF29T</a>	Agosto # 1	Buena redacción	Técnico	(3) Oficiales- medio comunic.	Fotografía	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Farándula
<a href="http://bit.ly/2ibLHHZ">http://bit.ly/2ibLHHZ</a>	Agosto # 2	Buena redacción	Técnico	(1) Fuente oficial	No hay	Llamativo	RRSS/Publicidad	Chismoso	Farándula
<a href="http://bit.ly/2lqG8dB">http://bit.ly/2lqG8dB</a>	Setiembre # 1	Redacción corta	Natural	(1) Medio de comunic.	Fotografías	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Sucesos
<a href="http://bit.ly/2zcxwbx">http://bit.ly/2zcxwbx</a>	Setiembre # 2	altas de puntuación y de redacción	Natural	(2) RRSS	Fotografías	Llamativo	RRSS/Publicidad	Informativo	Salud

### Apéndice E

#### Análisis de Contenido Tome Pal Pinto

Enlace	Mes	Interacción	Credibilidad	Veracidad	Ética	Objetividad
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Enero # 1	2340 reacciones - 55 comentarios	861 compartidos	Veraz	Poco- imagen de menores	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Enero # 2	2255 reacciones - 291 coments	340 compartidos	Presunta Info	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Febrero # 1	6363 reacciones - 1109 coments	429 compartidos	Veraz	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Febrero # 2	5400 reacciones - 412 coments	447 compartidos	Veraz	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Marzo # 1	11 616 reacciones - 681 coments	3897 compartidos	Veraz	Falta realimentación	Imparcial
<a href="http://www.tomar.com">http://www.tomar.com</a>	Marzo # 2	19 230 reacciones - 11 505 coments	154 901 compartidos	Veraz	Correcta	Imparcial
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Abril # 1	6204 reacciones - 311 coments	602 compartidos	No aplica	Correcta	No aplica
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Abril # 2	5438 reacciones - 101 coments	926 compartidos	Dudosa	Fotografías no pertenecen	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Mayo	1544 reacciones - 307 coments	412 compartidos	No es todo es real	Juicios de valor	Imparcial
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Mayo # 1	5008 reacciones - 173 coments	1627 compartidos	Veraz	Fotografías no pertenecen	Objetivo
<a href="http://www.tomar.com">http://www.tomar.com</a>	Mayo # 2	1132 reacciones- 26 coments	73 compartidos	Veraz	Discriminatorio	Poco objetivo
<a href="http://www.tomar.com">http://www.tomar.com</a>	Junio # 1	1488 reacciones - 317 coments	808 compartidos	Dudosa	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Junio # 2	4131 reacciones - 911 coments	236 compartidos	Veraz	No indica fuentes	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Julio # 1	6632 reacciones- 212 coments	962 compartidos	Irreal	Discriminación	No/ burlista
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Julio # 2	7218 reacciones - 253 coments	540 compartidos	Veraz	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Agosto # 1	3879 reacciones - 312 coments	3879 compartidos	Veraz	Sexista	Poco objetivo
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Agosto # 2	2031 reacciones - 518 coments	958 compartidos	Veraz	Fotografías no pertenecen	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Setiembre # 1	281 reacciones - 60 comentarios	16 compartidos	Veraz	Correcta	Objetiva
<a href="https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los">https://www.facebook.com/un-cocodrilo-espanto-los</a>	Setiembre # 2	574 reacciones - 62 comentarios	28 compartidos	Veraz	Correcta	Imparcial

## Apéndice F

### Entrevista a Richard Molina- El Guardián CR

Hay modelos distintos como cobro por impresión: significa que cada vez que ingresa al medio y ve un anuncio ya se genera una impresión por lo que por cada cierta cantidad de impresiones se cobra cierta cantidad de dinero. Este es un método muy rápido.

Tenemos instrumentos en la web que cuentan las cantidades de visitas e impresiones. La web se programa para que cuando llegue a la cantidad deseada se saque el anuncio

Hay otra forma, por tiempo lo hacemos porque consideramos que como medio no podemos afectar a un cliente cobrándole tanto dinero por un producto que no le será útil. Por lo que se hace por tiempo y de manera rotativa (se mezcla con otros anuncios)

De acuerdo a mi experiencia, un medio que capte mucho en internet por medio de la publicidad lo máximo que logre son 30 o 40 dólares, es decir 20 millones. Por esta razón, Richard no entiende como un medio grande digital puede ganar un estimado así y pagar una planilla de periodistas, ¿Qué pasa con lo demás?

“Es se entiende como se está jugando todo” pueden tener un escudo financiero, evadir la parte de impuestos hasta instrumentos políticos pero el internet no puede mantener un medio por sí solo.

Las RRSS cobran barato por lo que hay más facilidad pero menos ganancia

“Yo no creo que un medio digital puede llamarse Tome Pal Pinto” pero aglutinan grandes sectores, pero no son medios de comunicación para mí, Podría llamarse formas de expresión o instrumentos de libertad de expresión.

“Yo creo, pero no puedo probar es que El Infierno en CR era de un partido político”, porque se metía en muchos ámbitos pero no se metía con ciertas orientaciones políticas.

Para formar un medio de comunicación, según la Sala Constitucional tiene que tener un director colegiado para que tenga representatividad delante del ciudadano para que pueda accionar en la vía legal, porque no hay forma de controlarlos.

Si mañana El Infierno en CR saca que usted un ladrón, ¿Cómo se defiende? , lo más que puede es bajarse la página pero con la ayuda de Facebook que tal vez no le sirva porque genera mucho tránsito en el algoritmo.

Se habla de control, donde en la parte ciudadana exista una forma de defensa por si se le difama, injuria o calumnia.

Muchas veces estos sitios son creados por “Trollers” financiado o manejado por ... estos trollers pasan todo el día creando memes, diseñando y creando y es importante que los ciudadanos sepan

esto, ya que si no se conoce su transparencia y sus intenciones no puede creerse que sus publicaciones son objetivas y reales.

La existencia de estos instrumentos de comunicación enrarecen el panorama de los periodistas porque desvaloran el aspecto profesional descalifican la profesión porque cualquier persona da a conocer información sin filtro, sin ética, sin ningún instrumentos que los periodistas utilizamos porque nos quemamos las pestañas estudiando durante años conociéndolos, para diferenciar entre una información que tuviera ética, balance, fuentes confiables y variadas

Le estamos dando un mar de informaciones a las personas, sin ningún tipo de examen y control y afecta porque hay medios (El Guardian denunció uno) que se roba la información y en Google le pagan por la publicidad que muestra. 1% colegio de Periodistas + IV versus RRSS y APPS gratuitas

Acá, hay una competencia desleal para los que tienen medios digitales y ya es hora de que exista una regulación para Google donde el contenido mostrado tenga un costo.

Este consiste en que si aparecerán en la página de Google News los medios podrán cobrar

Yo como comunicador es mi deber contestar a los ciudadanos cuando tienen dudas o consultar de El Guardián CR lo más pronto posible y sin trabas, porque tengo respaldo. Me parece una falta de respeto.

Además, debe existir transparencia de parte de todos los medios de comunicación digital pero no existe una regulación nacional. Estos medios que no muestran sobre sus movimientos es periodismo camuflado y esto afecta a los que queremos hacer periodismo de verdad.

El derecho a la información es un derecho universal por lo que es un derecho recibir información real

¿Es periodismo ciudadano?

Para mí no es periodismo porque implica de un profesional en periodismo

Aportes culturales, económicos, políticos

La verdad las nalgas de una modelo no es un aporte ciudadano o el sabor del Helado de Guayabita de Dos Pinos. Ellos solo necesitan tránsito en la página para que Google les pague porque viven de eso, generando noticias de cualquier tipo, eso lo que puede dar es aporte a Google.

Son competencia desleal, porque no están inscritos en el Colegio de Periodistas, ni como personas físicas, ni pagan ningún impuesto.

Hoy en día el internet es muy particular que no existe fidelidad como hace más de 20 años porque ahora los usuarios buscan contenido para competir sobre quien sabe más.

“Cuidamos lo que te informamos” porque nuestro valor es la veracidad

La inmediatez es importante pero si lo empuja a la mentira su medio será rápido para contar mentiras, es mejor ser prudente y esperar confirmación para publicar.

Que recomendación les da a esas páginas

Tendrán que ir primero a prepararse académicamente, presentarse ante al público para dar transparencia, dar declaraciones de como subsisten y ojala lo hagan para crear competencia leal.

Después de tanto esfuerzo de los estudiantes de periodismo para graduarse es decepcionante salir a buscar trabajo y que yo como director no pueda brindar fuetes de empleo porque todo el tráfico se lo lleva páginas como Tpp y no generan.

Yo estoy exigiéndole al Colegio de Periodistas que identifique de quien son estos medios y que identifique por medio de un informe de transparencia para que diga a los costarricenses sobre los medios reales o no y como se mantienen.

Una página que quiere transparencia del pueblo no da transparencia al pueblo con su procedencia, eso es irónico.

¿Qué buscan las grandes empresas ahora? Pautar en entretenimiento

Conocer lo que está disponible: Análisis de tecnología existente (dispositivos móviles, aplicaciones de edición de vídeo, fotografías) a partir de esto se puede tomar decisiones para buscar medios de distribución

Buscar un nicho de público para informar a la gente y generar económicamente

Recomendación para Medio digital

Hay una deformación en el periodismo que es la nota roja y lo que recomendaría es que los medios se regulen con los sucesos: Reusarse a la información del periodismo fácil, respetando ni usando noticias de género, de niñez ni demasiada chota (ponerla en sus sana medida) porque la gente le pierde credibilidad al medio.

A la gente le gustan otros temas, distintos temas

### **Entrevista Glenda Solano – Medios Interactivos Teletica.com**

Conocimientos básicos para manejar RRSS:

Ojalá ser un comunicador, no importar si es relacionista público, periodista o comunicador.

Una persona que conoce de comunicación va a saber no solo interactuar con el público sino que va a saber las palabras correctas a utilizar a la hora de pautar

Llevar cursos de **Community** Manager porque dan herramientas fundamentales, además del manejo RRSS

No necesariamente manejar su red social personal es lo mismo que administrar perfiles de empresas muchas veces las personas con su FB personal no piensa en la seguridad de los datos, la interacción con clientes o usuarios debe tener buen servicio al cliente

La marco o medio queda en mal cuando hay mensajes de respuestas difíciles, es importante conocer quienes contestarán e interacción con los usuarios

Saber interpretar los mensajes así como formas atractivas de captar la atención

Hay que tomar en consideración que hay empresas de todo tipo. En Teletica, por ser un medio tan grande se divide el trabajo al no dedicarse a todos los medios no hay tanta dedicación como podría verse en otros perfiles. Es importante sacar tiempo para interactuar y mantener acercamiento para que los usuarios sientan atención,

Como se manejan los comentarios positivos y negativos

En las cuentas no se bloquean los comentarios por la libre expresión pero hay perfiles donde existan ofensas se ocultan los comentarios pero NUNCA se borran.

Porque los usuarios son muy inteligentes, pueden hacer capturas de pantalla

Cuando hay cuentas muy saturadas se utilizan mensajes automáticos o respuestas programadas

¿Qué pasos se deben seguir una RRSS efectiva?

Conocer bien el medio, que es lo que quiere porque si no se va a poder transmitir a los usuarios, mucha interactividad y mucha creatividad, si no se encuentre el enfoque correcto no va a llegar el mensaje y el alcance.

Ellos nos roban la información que solo tiene autorización el medio lo que se puede hacer es cerrar la página y se le puede bloquear contenido en FB y YouTube. Por medios de un FB empresarial se puede hacer el reclamo.

Desde el mismo canal se filtra información a dichas paginas por lo que se publican antes porque a Teletica la falta la comprobación “no es el momento pertinente para publicar de la misma forma paso con el Infierno en CR pero si hubo rencillas

¿Periodismo ciudadano?

Puede ser periodismo ciudadano pero irresponsable que solo suelen ser muy virales

### **Entrevista Guillermo Fernández Periodista de páginas web en Crhoy y páginas web en Centroamérica**

¿En los medios como CRhoy porque se apuesta más?

Eso depende de la estrategia, en Crhoy es la inmediatez no es la ampliación ni la profundidad es más una estrategia comercial. Esa será su ventaja

Parte de la estrategia es como se maneja los contenidos, como se manejan los tiempos para comunicar para seleccionar el público deseado para que los lectores usuarios

Aspectos importantes que se deben llevar a cabo por un buen medio digital

Lo principal es la exactitud, la precisión y todos los componentes que puedan agruparse para tener veracidad. Si no se pone atención a estos aspectos se va perdiendo

La relación entre dueño periodista a veces choca un poco por intereses. “El apostaba por la inmediatez yo apostaba más por la veracidad”

Él lo pensaba más como empresario como si fuera un negocio más.

Es muy importante la multimedialidad, más vídeo, fotografía, líneas de tiempo que es una característica diferencial porque en el medio digital se puede leer, escuchar. Cosa que otros medios no se pueden.

Eso es una ganancia

Otro cambio es que la pantalla de la computadora es el Smartphone por lo que todo se debe diseñar para verse en los dispositivos de la mejor forma

Tenga más experiencias con páginas web. Vi un proceso de desarrollo de adaptación y modernización.

Se diseñaba todo y creíamos perfectas y a los tres meses veíamos que se tenía que cambiar

Una cosa que es clave es LA USABILIDAD: la facilidad de uso con lo que el usuario tiene con el sitio, debe sentirse el dueño. El lector usuario es el que tiene el control, ya que él hace lo que él quiere. Para que el usuario sienta ese control de uso debe sentir que conoce donde están todas las acciones de la página y que puedan estar al alcance de su dedo para no complicarse. Todo tiene que estar en su lugar y no cambiarse tanto.

El diseño es lo menor para llegar al usuario.

Otro es el aprovechamiento de la multilinealidad o multimedialidad. No se trata de poner vídeo es saber usarlo todo bien de la manera útil y que el lector piense que eso funciona a sus necesidades.

El público meta también es buscar una forma de estructuración de toda la página siguiendo los gustos y preferencias de los usuarios a los que se quieren llegar. Llegando a la cultura de cada uno de ellos y conocerla ¿porque no todos los segmentos tienen las mismas características

¿Algo que eliminaría de los medios digitales y sus plataformas?

Yo siento que hay una cierta persistencia en que no hay innovación y que internacionalmente si pasa. Piensan en dos formas, si es nota piensan en la pirámide invertida y si es reportaje piensan en forma larga y profunda

Pero estudios de empresas de medios de comunicación grandes de contenidos como Reuters, New York Times; Harvard han demostrado que nos son solo esos dos extremos puede usarse combinados puede hacer por partes de publicaciones dándole seguimiento y los medios de EE UU y de Europa han fluido por estas nuevas estructuras

Innovando con nuevas estructuras. Hacer algo distinto pensando en los usuarios metas y creo en esa nueva adaptación

En mi opinión los medios están metidos en el cajón.

¿Publicidad?

Yo siento que hasta este momento que muchas empresas que no están sobreviviendo porque hasta el New York Times ha necesitado de ayudas para subsistir ya que se volvió todo digital. Han debido solicitar ayuda creado una especie de fundación y ayudas de otras empresas.

Los nuevos medios tanto a lo interno como a lo externo se aprovechan que los comercios traten de hacer interactividad entre clientes y sus servicios debido a su accesibilidad, Descubrir que cosas tiene mayor fuerza y a partir de ahí puede hacerse exclusivos

Periodismo ciudadano

Si lo vemos desde la perspectiva superficial si pero hay que ver la ética y la seriedad, pero si usted necesita información clara, creíble, confiable va a buscar el más serio por más que vea el de chota todo el día

Pero igual hacen falta medios formales que muestren más información de profundidad y más información a través del tiempo.

Pasos que se debe seguir para chequear información digital para estudiantes de periodismo

**Entrevista Marilyn Agüero – Encargada de Comunicación en la Facultad de Agronomía y bloguera**

Existe todo un enlace entre blogs, páginas web y FB y las RRSS siempre serán la cara de los anteriores pero no va a ser profundo. Las páginas de FB son un impulso para darse a conocer

Son necesarios porque a veces pensamos que solo necesita un medio porque se crea confianza porque es un ente que existe porque entra más paginas existan habrá más confiabilidad.

El estar en todas las paginas implica un costo y ese costo solo lo puede pagar empresas y negocios serios.

¿En Internet es fácil quitar y desquitar la información publicada?

Muy posible sea aspectos legales las razones de su desaparición por cosas como violación de políticas de FB en este caso.

Cuando las cuentas desaparecen no es porque el administrador no la borro si no porque hubo algo que le afectó. Me parece más que por reglamentos de la red social es que el propio FB lo cerró por razones legales

Cuando una página cierra se da un periodo de gracia para buscar el contenido y eliminarlo por completo de otros muros que aún continúan.

¿Si existe implicaciones legales, pero quien va a invertir en hacerlas cumplir?

Hay mucho público por fuera si hablamos de CR en general y hay mucho público joven en estos medios y que no están interesados o no conocen que lo que hacen es una violación de la ley porque ya está acostumbrados a eso y ya lo ven normal.

Recomendaciones:

Blog: Se asimila mucho a escribir una nota periodística

Titulo llamativo. Buena redacción, Buena multimedia con respecto a contenido

Las plataformas más conocidas son Tumblr y wordpress

Se debe enfocar más en contenido que la estética y el diseño y el titulo siempre será el gancho

El contenido que se genere que tenga que ver con el estilo de vida del ser humano eso siempre será un éxito

Se pueden a buscar otros temas porque nos permite ser diversos

Aportes

El Mae CR a nivel cultural es muy rico porque genera nuevo contenido y las que sean así darán un aporte al país y no a todos les va a gustar

Al final de cuentas es usted el que elige que quiere ver por lo que a nivel digital la competencia es poca

Si se maneja por rating si hay competencia por el tema de publicidad por que la pauta puede ser llamativa para los comercios

Se toma mucha fuerza páginas de entretenimiento que sobreviven con las empresas que les pagan por pautar

### **Entrevista para Natahlia Villalobos- El PaísCR**

¿Cómo nace el medio digital El País CR?

El País CR nace en el 2007 como respuesta a una necesidad de los costarricenses de contar con una ventana digital desde donde informarse, emitir opiniones y comentarios sobre la labor del gobierno así como del acontecer nacional.

¿Cómo mantienen económicamente el periódico?

Con pautas y publi notas o publi reportajes.

¿En cuales aspectos compiten con ustedes? (inmediatez, primicia, veracidad)

La veracidad debe de ser esencial en todos los medios de comunicación, más allá de competencia.

En nuestro caso, somos fuertes apoyando y estimulando artículos de opinión así como buscando perspectivas novedosas a noticias. Trabajamos mucho los temas de cultura, ambiente, movimientos sociales y por supuesto, otros acontecimientos nacionales que van desde la política hasta el deporte.

Contamos también con Sección Nacional, Internacional, Deportiva, de Opinión, Economía, Ambiente, Ciencia, Tecnología, Historia, Cultura, investiga, analiza y divulga noticias y reportajes nacionales e internacionales apoyados en las agencias DPA y EFE.

¿Conoce las páginas de entretenimiento Tome pal Pinto, El mae CR y el Infierno en Costa Rica?

Sí, más que todo por su movimiento en redes sociales.

¿Conoce su contenido?

Sí (el de redes sociales)

¿Considera estos sitios como espacios de periodismo ciudadano?

Cada vez es más común ver a personas utilizar diferentes medios para informar, sin importar su profesión. Si bien todos podemos hacerlo, la manera en la que se hace va a depender de varios factores (no solo el estudio del periodismo, sino también aspectos éticos y morales).

En esas páginas específicas, muchas veces se puede observar links de noticias de otros medios de comunicación con opiniones de quien maneja la página. También fotografías instantáneas o memes con comentarios que envían los seguidores.

A pesar de que existe cierta realimentación entre ellos y más allá del lenguaje que utilizan, suelen quedarse meramente en la opinión o la superficialidad de casos concretos y se limitan a la agenda ya impuesta por otros medios.

¿Tienen algún aporte socio cultural, político o ambiental, según su criterio?

Es un fenómeno cultural ligado al internet, muy válido y capaz de hacer grandes cosas o mover la opinión pública en redes sociales, por lo que si dejan su aporte. En el caso de esas páginas específicas, no me podría adelantar a decir si es un aporte bueno o malo pero definitivamente generan muchas reacciones e impacto.

¿Estos sitios han sido competencia para El País CR?

Aunque siempre afecta un poco, tenemos un público meta muy diferente.

¿Qué les falta a estos sitios de información para convertirse en un medio de comunicación?

Como mínimo tendrían que tocar temas más a profundidad y verificar la información antes de publicarla.

¿Existe la posibilidad?

Si quisieran.

¿Cuáles son los aspectos más importantes para llevar a cabo un buen medio de comunicación?

El periodismo conlleva investigación, consulta a varias fuentes, entrevistas y observación de las diferentes situaciones que afectan a las personas. Es un “oficio” que involucra tiempo y compromiso más allá de la publicación solo de opiniones o chismes.

Como medio, es decir, empresa, también es necesaria la constancia y la búsqueda de financiamiento y por lo tanto también de al menos un periodista o encargado que aunque no sea famoso, al menos dé a conocer su nombre e intenciones.

¿Pasaron por alguna etapa relacionada con lo consultado anteriormente?

No estuve en las primeras etapas de El PaísCR, pero posiblemente tuvieron que pasar por esas etapas, aunque cuando se creó, todavía las redes sociales no estaban en su punto más alto.

¿Qué debemos tener en cuenta para que un blog o una página web tenga éxito?

Credibilidad (la veracidad que mencionaba al inicio) y buscar un público meta.

¿Cuáles son las cualidades estructurales base para elaborar un buen blog? ¿Con base en su experiencia que eliminaría o que agregaría en su blog o página web?

Visualmente deben de ser muy agradables, además de aspectos básicos como que sea responsivo, que esté ligado a las redes sociales y que cumpla con la regla de los 3 clics.

El crecimiento tan acelerado del internet, la creación de tendencias que salen y cambian de manera tan seguida, hace que sea muy difícil quedarse estático en un diseño. En este momento,

tenemos una página fácil de modificar y adaptar a espacios o tipos de noticias así que los que trabajamos ahí estamos de momento felices con el acomodo y cuando es necesario, sugerimos los cambios.

### **Entrevista Óscar Ulloa – Noticias Repretel digital**

1- ¿Desde hace cuánto tienen la edición de Noticias Repretel en Digital?

La idea nació tiempo atrás, pero tal y como se realiza actualmente, que está a mi cargo, desde el 28 de agosto anterior. Ahora se realiza fijo a diario, de lunes a viernes minutos después de las 3pm.

2- ¿Qué expectativas tienen? ¿Han logrado su cometido?

En primer lugar, la idea era tener una edición digital, que nos diera más cercanía con nuestros seguidores en redes sociales. Además, hacer una edición más conversada, con opinión e interacción de los usuarios, un poco salida del libreto de noticiero tradicional. Se mantienen las mismas noticias, pero el formato cambia, el guion y eso le da un aire distinto a la edición. Las expectativas se han superado, el alcance de cada transmisión supera lo esperado. Y creemos seguirá creciendo.

3- ¿Cómo ha reaccionado el público usuario?

Los seguidores de nuestras redes sociales agradecen la opción. No solo quienes lo ven en vivo, la transmisión de FB Live queda y eso le permite a muchos verla durante el resto del día y aún fuera

del vivo, siguen comentando. También les permite participar en el debate durante la transmisión sobre los temas que vamos presentando. La interacción es vital en esto.

4- En vista del número de páginas poco formales y confiables, ¿qué aspectos, según su criterio, se deben tener para informar por un medio digital?

Pienso que la credibilidad tiene un peso enorme y eso hace que los medios tengamos una responsabilidad mayor, en medio del mar de confusión y noticias falsas que pueden tener las redes sociales. En digital también hay que tener en cuenta el lenguaje y la forma de presentar las noticias para llegar al mayor número de usuarios, sin perder la perspectiva de lo que es noticias, que pueda ser útil para los ciudadanos que la vean, sin olvidar que las redes son entretenimiento, debe haber una combinación. Y por supuesto, no podemos omitir la responsabilidad de los usuarios, que deben medir cómo informarse y en quién confían.

5- ¿Han sentido cierta competencia con páginas web o blogs que no son oficialmente medios de comunicación como Tome Pal Pinto, El Infierno en Costa Rica o el MaeCR?

Dudo en llamarlo “competencia”, solo son medios distintos. El usuario puede escoger: si uno quiere informarse, reírse, buscar memes, revisar el accidente de la mañana, la noticia de economía, la inseguridad en su barrio, para eso son las “opciones” y a quien decide uno seguir o donde buscar. Eso sí, hay que tener mucho cuidado con las cuentas y páginas anónimas, como esas que señalan, pues pueden inducir irresponsablemente al usuario a ciertas cosas y nadie se

responsabiliza. Por eso insisto también en la responsabilidad del usuario a la hora de escoger cómo informarse.

6- ¿Que piensa sobre estas páginas o blogs? ¿Se pueden calificar como algún tipo de periodismo?  
¿Ciudadano? ¿Alternativo?

Para mí no son periodismo. Periodismo lo hace el medio que sigue ciertas reglas básicas para una cobertura o explicación de un tema con análisis, balance y/o contexto. Para mí son reportes ciudadanos, páginas de opinión, o como se quieran llamar. Y ojo, no estoy diciendo que solo un periodista con título puede hacer periodismo, porque no creo en la colegiatura, pero no puedo llamar “periodismo” a páginas que arman temas con tantas imprecisiones o muchas veces sin la forma adecuada. Creo que deben existir muchas páginas y blogs, entre más opciones mejor, pero insisto, ahí es donde juega también la responsabilidad ciudadana a la hora de informarse.

**Carlos Flores – Excolaborador Tome Pal Pinto**

¿Cómo llegó a laborar a Tpp?

Llegué por un amigo, él escribía a la página también

¿En qué consiste? ¿Le pagaban?

El trabajo es de mucho empeño, uno gana por lo que produce. Para ganar bien debes escribir demasiadas notas, se paga por cantidad de visitas a la nota, eso es porque la página genera dinero por anuncios de Google.

Deje de laborar para ellos en junio del presente año.

## Apéndice G

### Guía de Indicadores objetivo 1. Análisis de Contenido

- Objetivo: Estudiar la estructura de las páginas o micro blogs Tome pal Pinto, El infierno en Costa Rica y el Mae CR

#### Categorías:

**Redacción y ortografía:** La forma en que redacta una noticia (si utiliza la 5 W, pirámide inversa) y utilización correcta de las palabras y sus signos de puntuación.

**Lenguaje:** Identificar si es coloquial, formal, vulgar, sexista, burlista, discriminatorio, si se marcan estereotipos.

**Fuentes:** Verificar si son oficiales, confiables, extraoficiales. Revisar cuantas utiliza por noticia.

**Aplicaciones multimedia:** Ver si utiliza vídeos, fotografías, enlaces a otros sitios, herramientas EN VIVO,

**Enlaces externos**

**Títulos**

**Periodicidad:** Identificar el período de publicaciones noticiosas (diario, semanal, mensual)

**Personalidad del personaje:** Analizar el contacto del personaje con el usuario

**Muestra:** Se trabajará en dos noticias mensuales por cada sitio digital durante el mes de enero hasta setiembre. En total serán 54 noticias.

Estructuras físicas de cada blog o página: estática, cambiante, lineal

### **Guía de Indicadores objetivo 2. Cuestionario**

- Objetivo: Determinar la percepción e interacción de los usuarios que visitan y opinan en los sitios mencionados.

**Muestra: personas de 20 a 35 años que conozcan y sigan el sitio por Facebook**

1. ¿Con qué frecuencia ve noticias publicadas por ...? (Noticias que se muestran en su muro de Facebook)

Diaria – Semanal- Mensual

2. ¿Las noticias publicadas en el sitio son de su interés?

Si- No

3. ¿Qué le parece el sitio?

Interesante-Aburrido (o) Bueno - Malo

¿Porque?

4. ¿Usted considera que la información de las noticias publicadas en estas páginas es real?

Si- No

5. ¿Usted ha encontrado información en este sitio que en algún medio de comunicación no?

Si-No

6. ¿Le gustaría ver más sitios como estos en formato digital?

Si- No

7. ¿Qué le agregaría a los sitios?

### **Guía de Indicadores objetivo 3. Análisis de contenido**

- Objetivo: Indagar a cerca del contenido de los aportes que hacen los blogs desde lo socio-popular, político, ambiental y de valores culturales.

### **Categorías**

**Interacción:** Analizar la interacción de las redes con los sitios (comentarios, noticias compartidas,

**Versatilidad:** Conocer si el sitio se desenvuelve en ámbitos políticos, socio popular, cultural y ambiental

**Credibilidad:** identificar si los usuarios creen y aprueban el contenido noticioso de los sitios estudiados

**Veracidad:** Verificar si las noticias estudiadas son reales o no.

**Ética:** revisar si el contenido, lenguaje y material es apto para los receptores o viola algún derecho e integridad de alguna persona

**Objetividad:** identificar la neutralidad e imparcialidad sobre las noticias publicadas

**Muestra:** Se trabajará en 2 publicaciones mensuales por cada sitio digital durante el mes de enero hasta setiembre. En total serán 54 noticias.

### **Guía de Indicadores objetivo 4 y 5. Entrevistas en profundidad**

- Objetivo 4: Determinar si los aportes y el contenido de estos blogs se pueden enmarcar como periodismo ciudadano.
- Objetivo 5: Elaborar una guía con contenidos y estructura base para diseñar blogs con enfoque de periodismo ciudadano.

Los dos objetivos están enlazados por lo que la entrevista a cada uno de los profesionales se realizará preguntas de los dos temas.

Los posibles entrevistados son:

Periodista y Bloguero: Cristina Cambronera

Encargada de comunicación en la UCR y profesora de community manager: Marilyn Agüero

Encargado de la página Tome pal Pinto: Didier Jiménez

Encargado de la red social el Mae CR:

Encargado del blog El Infierno en Costa Rica: cc “El Chamuko” (Identidad protegida)

Directora del medio digital crhoy.com: Silvia Ulloa

Director del medio digital laprensalibre.com: William Gómez

### **Se aplicará la guía para los periodistas y directores de medios**

¿Conoce las páginas de entretenimiento Tome pal Pinto, El mae CR y el Infierno en Costa Rica?

¿Conoce su contenido?

¿Considera estos sitios como espacios de periodismo ciudadano?

¿Tienen algún aporte socio cultural, político o ambiental, según su criterio?

¿Los sitios han sido competencia para el medio de comunicación?

¿En cuales aspectos compiten con ustedes? (inmediatez, primicia, veracidad)

¿Qué les falta a estos sitios de información para convertirse en un medio de comunicación?

¿Existe la posibilidad?

¿Cuáles son los aspectos más importantes para llevar a cabo un buen medio de comunicación?

¿Cómo nació la idea de este medio? ¿Pasaron por alguna etapa relacionada con lo consultado anteriormente?

¿Qué debemos tener en cuenta para que un blog o una página web tenga éxito? ¿Cuáles son las cualidades estructurales base para elaborar un buen blog? ¿Con base a su experiencia que eliminaría o que agregaría en su blog o página web?

### **Guía para protagonistas de los sitios de entretenimiento**

¿Cuál es su profesión?

¿Cómo nace la idea de crear el blog o página? ¿Cuál es su intención?

¿Por qué usan ese nombre para identificarse? ¿Cómo nace?

¿Quieren llevar algún mensaje en especial?

¿Qué es para Ustedes periodismo ciudadano?

¿Consideran que ustedes están haciendo periodismo ciudadano?

¿Cómo hacen con las fuentes de información? ¿Cómo las consiguen?

¿Cómo hacen para que la página subsista? ¿Tienen alguna ayuda? ¿Publicidad?

¿Vale la pena crear estos espacios para los costarricenses?

¿Qué considera de los medios de comunicación digitales? ¿Se comparan con alguno?

¿Qué situaciones tuvieron a la hora de realizar la página o blog? ¿Qué les permitió llegar hasta la plataforma que tienen hoy?

¿Cuál es el equipo de trabajo? ¿Cómo se organiza con su equipo de trabajo? ¿Qué condiciones requiere una persona para trabajar con ustedes? ¿Necesario que sea periodista o comunicador?

¿Existe un jefe de redacción que revise esas notas y lo publicado en redes sociales?

¿Cuál es el segmento más fuerte en el blog? ¿Qué enfoque se les da?

¿A qué público va dirigido?

¿Cuál es la interacción que ustedes tienen con los usuarios? ¿Qué tipo de verificación tienen con los usuarios?

¿Le dan seguimiento a las noticias?

¿Cuáles son los enlaces externos que utilizan?

¿Cómo escogen el material multimedia que agregan en la información? ¿Qué tipo de material fotográfico utilizan? ¿Original o de otras fuentes?

¿Qué debemos tener en cuenta para que un blog o una página web tenga éxito? ¿Cuáles son las cualidades estructurales base para elaborar un buen blog? ¿Con base en su experiencia que eliminaría o qué agregaría en su blog o página web?

## **Entrevista a Profesionales en plataformas digitales**

¿Qué conocimientos básicos se debe tener para manejar un medio informativo?

¿Qué piensas de las páginas de entretenimiento?

¿Cuál son las mejores plataformas para hacer un blog informativo?

¿Cómo funciona la publicidad?

¿Que recomienda para tener un buen blog, RRSS o página web?

¿Cómo manejar los comentarios e interacción de la mejor forma?

## Apéndice H

### Microblogs y páginas de entretenimiento

#### Página 1

Este es un sondeo con fines académicos sobre algunas páginas de entretenimiento en Costa Rica que están o estuvieron durante este año. Por favor conteste con completa sinceridad cada uno de los aspectos y agregue su criterio abiertamente.

#### Página 2

**¿Cuál es su edad? \***

Marque el rango en el que se encuentre su edad

20-25 años

25-30 años

30-35 años

#### Página 3

**Género \***

Masculino

Femenino

#### Página 4

**¿Con qué frecuencia revisa los siguientes blogs en redes sociales (facebook)? \***

Todos los días Una vez a la semana Una vez al mes Ningún día

Tome Pal

Pinto

El Infierno en

Costa Rica

El Mae Cr

#### Página 5

**¿La información publicada en los siguientes sitios son de su interés? \***

Marque del 1 al 5 siendo 5 la máxima puntuación

5 4 3 2 1

Tome Pal

Pinto

El Infierno en Costa Rica  
El Mae CR

### Página 6

#### ¿Qué le parece el sitio? \*

Marque la valoración de cada uno de los sitios, siendo ++ la máxima puntuación

Valoración

Interesante Poco atractivo Nada atractivo -- - + ++

El Mae CR  
Tome Pal Pinto  
El Infierno en Costa Rica

### Página 7

#### ¿Usted considera que la información publicada en estos sitios es fidedigna? \*

FIDEDIGNA: Que es digno de ser creído o que merece crédito.

SINO

Tome Pal  
Pinto  
El Infierno en  
Costa Rica  
El Mae CR

#### ¿Porque? Comente en breve \*

### Página 8

#### ¿Usted ha encontrado información en este sitio que en algún otro medio de comunicación no? \*

SINO  
Tome Pal  
Pinto  
El Infierno en  
Costa Rica  
El Mae CR

Indique alguna que recuerde

### Página 9

#### ¿Qué le parece la estructura y formato de los siguientes sitios? \*

Se refiere a la forma de publicar su contenido, su lenguaje y su ortografía  
Valoración: refiérase a un nivel siendo ++ la máxima puntuación

Atractiva    Poco atractiva    Nada Atractiva    -- - + ++

Tome  
Pal Pinto  
El  
Infierno  
en Costa  
Rica  
El MaeCR

### **Página 10**

**¿Le gustaría ver más sitios como estos en formato digital? \***

sí  
no

**¿Por qué?**

### **Página 11**

**¿Qué otros temas de su interés le agregaría a estos sitios? \***

### **Página 12**

**¿Qué recomendaciones haría para mejorar estos sitios? \***

Ha completado la encuesta. Muchas gracias por su participación.  
Puede cerrar la ventana ahora.

## Apéndice I

### Ejemplos Tome Pal Pinto

#### Presentación

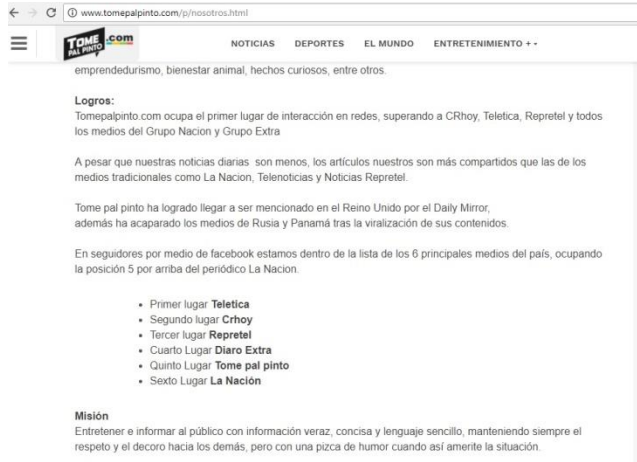


## Apéndice J

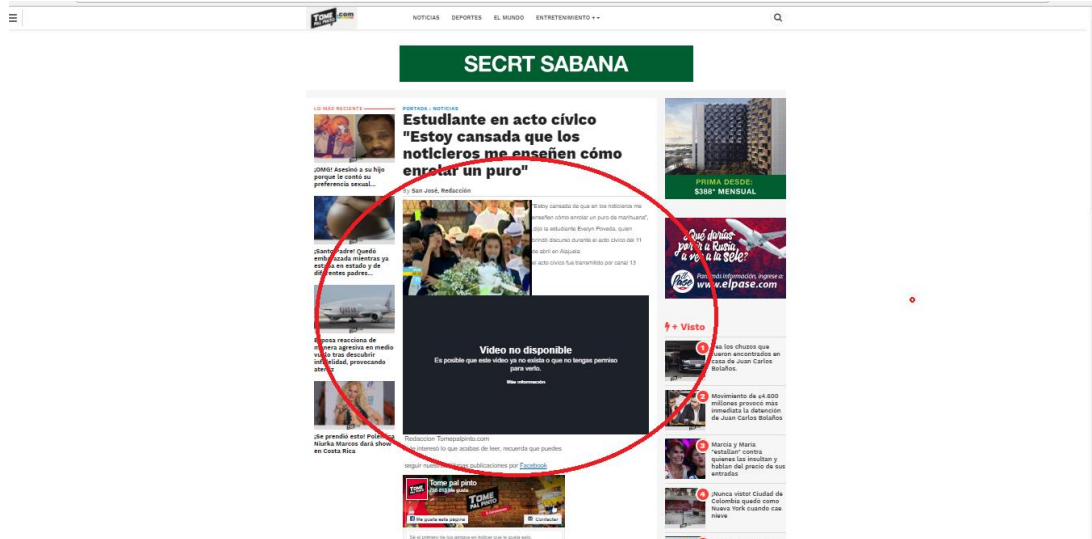
## Facebook



## Página Web



## Apéndice K



## Apéndice P

NOTICIAS DEPORTES EL MUNDO ENTRETENIMIENTO

LO MÁS RECIENTE

**JOMGI Asesinó a su hijo porque le contó su preferencia sexual...**

**¡Santo Padre! Quedó embarazada mientras ya estabas en estado y de diferentes padres...**

**Esposa reacciona de manera agresiva en medio vuelo tras descubrir infidelidad, provocando aterrizaje**

**¡Se prendió esto! Polémica Niurka Marcos dará show en Costa Rica**

**PRUEBA EL** **HACE TODO UN POQUITO MEJOR** **CONOCE MÁS A FONDO**

Los conductores están más que felices con la apertura de los seis carriles del puente de la platina sobre la carretera General Cañas, entre San José y Alajuela, y pitaron como señal de alegría de que se haya habilitado por completo el paso.

De acuerdo con las autoridades, unos 100.000 carros pasan diariamente por este sector.

Este puente le ha dado muchísimos dolores de cabeza a tres gobiernos diferentes. Los problemas comenzaron en el 2009 y al fin este 24 de mayo del 2017 se solucionó por completo el tema.

El presidente Luis Guillermo Solís anunció con bombos y platillos la construcción de una nueva estructura en febrero del 2016 y prometió que en un año estaría lista, pero hubo un atraso de tres meses.

App El Pase le da la oportunidad de ir al mundial de Rusia para ver a la sele jugar

El momento que estabas esperando llegó!

ElPase una app que te da la oportunidad de ir a ver a Costa Rica al mundial de Rusia...

¡Sentí la pasión y Ganate el Pase a Rusia!

Estamos en facebook

Tomate pal pinto

Me gusta esta página 768 013 Me gusta

Sé el primero de tus amigos en indicar que le gusta esto

**PRUEBA EL** **HACE TODO UN POQUITO MEJOR** **CONOCE MÁS A FONDO**

### Apéndice Q

NOTICIAS DEPORTES EL MUNDO ENTRETENIMIENTO

LO MÁS RECIENTE

**QuickBooks® Online**

Still Looking To Simplify Your Accounting Software? Stop Looking, Start Today & Save! [global.inuit.com](#)

Un depósito de 4,5 millones que recibió Francisco Molina, director del Banco de Costa Rica, de una cuenta del medio electrónico CRHOY S. A., el pasado 5 de julio, levantó un polvorín en el medio político del país.

**La Casa Presidencial anunció este viernes en la noche que investigará la transferencia, al tiempo que los diputados Francisco Camacho (Frente Amplio), Laura Garro y Henry Mora (PAC) pidieron al Ministerio Público que determine si el diputado del PAC incurrió en los delitos de concheco propio, enriquecimiento ilícito y penalidad del constructor**

El pago, que Molina atribuyó en una entrevista con el diario La Nación a una duplicación por error de una transferencia que esa misma empresa le había girado en el 2011 por trabajos de remodelación en ese medio digital, se dio justo cuando el sitio web realizó una serie de publicaciones que tituló como "Cementazo".

La información que CRHOY utilizó en esos reportajes salió de la fundación del acta de la junta directiva del BCR de los días 23-17 del 14 de junio del 2017.

**QuickBooks® Online**

Still Looking To Simplify Your Accounting Software? Stop Looking, Start Today & Save! [global.inuit.com](#)

Las publicaciones cuestionaban el otorgamiento de un crédito de \$20 millones del BCR a Sinocem Costa Rica, importador de cemento chino.

"La Presidencia de la República manifiesta su voluntad de contribuir y apoyar cualquier investigación que se efectúe acerca de presuntos depósitos que habrían sido hechos en cuentas de un directivo del Banco de Costa Rica, tal como ha sido publicado por diversos medios de comunicación nacional", informó Casa Presidencial.

¿Nunca viste? Ciudad de Colombia quedó como Nueva York cuando cae nieve

Vivo Alfaro anima redes sociales, con su video: ¡Llamada por el Cementazo...

**Le recomendamos**

App El Pase le da la oportunidad de ir al mundial de Rusia para ver a la sele jugar

El momento que estabas esperando llegó!

ElPase una app que te da la oportunidad de ir a ver a Costa Rica al mundial de Rusia...

¡Sentí la pasión y Ganate el Pase a Rusia!

Estamos en facebook

Tomate pal pinto

Me gusta esta página 768 013 Me gusta

Sé el primero de tus amigos en indicar que le gusta esto

Actualizar a Pagado. Ver El Valor De Las Cuentas Pagadas!

Apéndice M

## Nuevo concurso en Madrid Gana €1000 Euros La persona que logre dormir mas



## Voy ahí! De fijo gano



**Tome pal pinto**  
Publicado  
Me gusta esta página · Ayer · Editado ·

Bueno gente los vi 😊 Ya gane esto!! 😊😊

Tome pal pinto

Etiquetar foto · Agregar ubic... · Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

19.335 · Comentarios destacados ·

155.567 veces compartido · 11.565 comentarios

**Franko Salas** Hasta que por fin me van a pagar por lo que mejor hago, jajajajaj se que nadie me gana, eso lo puedo asegurar  
Me gusta · Responder · Mensaje · 103 · Ayer a las 20:34  
13 respuestas · 1 h

**Linda Prexioosaa** Mi amor! Creo q DEBEMOS ir a concursar! Mano, de fijo ganamos pues 😊😊 si somos expertos en esto jajaja 😊😊 Jhony  
Me gusta · Responder · Mensaje · 15 · 23 h  
9 respuestas · 3 h

**Cristhian Gael Castro Pereira** bueno entonces aqui tenemos a muchos campeones en esto pero ojo como le harán cuando quieran ir al baño obvio pues papa, te llevas un pañol y problema resuelto 😊  
Me gusta · Responder · Mensaje · 16 · 10 h

**Lilimar De Leon Carreras Escarlett Freeman Carreras** Vamos para aya Loca y nos llevamos a Daniel de refuerzo cualquier cosa que son como 50.000 en peso Dominicano Loca 😊😊😊😊😊

Escribe un comentario...

Apéndice N

Imágenes vulnerables y discriminatorias

NOTICIAS · DEPORTES · EL MUNDO · ENTRETENIMIENTO + ·

LO MÁS RECIENTE · PORTADA · EL MUNDO



**Detienen a taxista en Escazu con 12 paquetotes de marihuana**

**#UltimaHora** Asaltan a un vendedor de loteria dentro del Multiplaza Escazu.

**¡Escándalo!** Shakira trasladó millonadas a Paraísos Fiscales...



Special Offer  
Limited time  
**70% off**

quickbooks

QuickBooks® Online

Demuestra cómo de fácil es usar el asistente de escritorio QuickBooks® Online

**¿Qué darías por ir a Rusia a ver a la SELE?**

Para más información, ingrese a: [www.elpase.com](http://www.elpase.com)

**+ Visto**

1. Vea los chuzos que fueron encontrados en casa de Juan Carlos Bolaños.

2. Movimiento de e4.600 millones provocó más inmediata la detención de Juan Carlos Bolaños

### Apéndice Ñ



### Imágenes de otro autor

### Apéndice O





# Apéndice P

## Interacción

This screenshot shows a Facebook post from the page 'Tome pal pinto'. The post text asks 'Te gusta hacer memes?' and includes a poll with '1' selected. Below the post, there are several comments from users like Lullius Caesar, Juan Jose Fonseca, Kim Salazar, Chris Kiessling, Alex Herrera, Luis Miguel González, Jackdanny Duran, and Fran Ziaiko. The right sidebar shows community information, including the number of likes (756,088) and followers (749,161), and a list of pages that like the post, such as 'Pura Vida Mae' and 'Tpp Tv'.

This screenshot shows a different Facebook post from 'Tome pal pinto'. The post text is 'who carás?' with a cartoon image of a yellow character. A red circle highlights a comment from 'Chaves Mar' that reads: 'Me parece que su negativa no es permitido para los ticos. Es insulto prematuro !!!!!?'. Other comments from users like 'Tome pal pinto Aja', 'G Abii Alvarado', 'Chaves Mar', 'Yancy Mora', and 'Francisco Córdoba' are also visible. The right sidebar shows page information and a list of pages that like the post, including 'craldia.com' and 'Pura Vida Mae'.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Tome pal pinto' (@Tomepalpinto). The main post is titled 'Alerta ante formación de nuevo fenómeno meteorológico cerca de Costa Rica' and includes a weather map. A comment by Yamileth Vargas is circled in red. The comment text reads: 'Tome pal pinto Estimada debería informarse bien, esto es un dato oficial del Instituto Meteorológico Nacional. De lo contrario dar este tipo de información a toda una nación sin ser verificada podríamos ser hasta denunciados por mal entender a la población. Aunque somos entretenimiento, la sección de noticias es 100% real y es tomada en cuenta por el gobierno para comunicados oficiales al país como este, esto gracias a la gran parte de costarricenses que llega nuestra información.' The page also shows a sidebar with navigation options and a list of people who liked the post.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Tome pal pinto' (@Tomepalpinto). The main post is titled 'Maricruz Leiva se sacude y habla sobre su vestido celeste' and features a photo of a woman in a blue dress. A comment by Lu Venegas is circled in red. The comment text reads: 'Tome pal pinto Gracias a Dios.' The page also shows a sidebar with navigation options and a list of people who liked the post. The Windows taskbar is visible at the bottom of the screen.

## Apéndice Q

## Publicidad

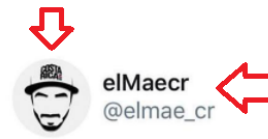


[www.boxcorreos.com](http://www.boxcorreos.com)



## Apéndice R

### Ejemplos El MaeCR



★ Pinned Tweet

Apéndice S

Publicaciones

**“Juez deja libres a madre, tío y abuela de menor brutalmente agredida en Pérez Zeledón”**

**¿Le sorprende esta noticia?  
A mi no, ya se sabía que con la mi'rda de justicia que hay aquí, eso iba a pasar.**

elMaecr

Te gusta esta página · 9 de marzo · 🌐

Es una completa 🤔...

Me gusta Comentar Compartir

539 Orden cronológico

Se ha compartido 2002 veces 12 comentarios

Ver 6 comentarios más

**Maikol Rodríguez Mora** la gente dice q no son los jueces q es la ley q tiene anos y posiblemente dure miles mas ... Ver más  
Me gusta · Responder · 1 · 9 de marzo a las 16:20

**Maru Garro Torres** Como es que asen tanto escandalo cuando un perro muerde a un niño que es un animal y a tres agresores de niños los dejan libres creo que somos humanos como para estar permitiendo que maltraten a niños inosentes pero no los premian dejándolos en liverta en que país vivimos por :Dios  
Me gusta · Responder · 9 de marzo a las 21:45

**Maru Garro Torres** Y Para agustar a Los Perros Los Mandan a matar  
Me gusta · Responder · 9 de marzo a las 21:48

Escribe un comentario...

**Hay que ser demasiado idiota como para tirarse agua caliente encima, por cumplir un reto**

elMaecr

Te gusta esta página · 25 de agosto · 🌐

Me gusta Comentar Compartir

1857 Orden cronológico

Se ha compartido 680 veces 49 comentarios

Ver 43 comentarios más

**Bayron Villalobos Ruiz** El problema no es que las personas se tiren el agua encima, si no que lo que hacen muchos es que le tiran el agua a otras personas que estan distriadas.  
Me gusta · Responder · 26 de agosto a las 13:08

**María Fernanda Zamora Saborío Michel Piedra Alfaro**  
Me gusta · Responder · 26 de agosto a las 13:34

1 respuesta

**Melissa PG** Sólo en la ducha; ) ese reto es para descerebrados  
Me gusta · Responder · 26 de agosto a las 18:12

**Mora M Monica** Y mas idiota aun tirarselo a alguien mas, lo que deja pensando como educan a esos seres????  
Me gusta · Responder · 26 de agosto a las 21:45

Escribe un comentario...



Es seguro | <https://www.facebook.com/elmae506/photos/a.584355328424690.1073741828.584352498424973/646179842242238/?type=3&theater>

Ballena Blanca  
reto #3

Pasar por media sala, cuando su  
mama está limpiando el piso.

elMaecr

Te gusta esta página · 4 de mayo

Un reto de verdad 🤔🤔🤔🤔

Me gusta · Comentar · Compartir

1643 · Orden cronológico

Se ha compartido 565 veces · 78 comentarios

Ver comentarios anteriores

Nicole Hernández Karla Caruzo Briceño Laura Caruzo Briceño yo cuando voy dónde tita 🤔🤔🤔🤔🤔🤔  
Me gusta · Responder · 1 · 6 de mayo a las 23:57

Ana Rojas Muñoz No solo limpiandolo , encerandolo hahahah  
Me gusta · Responder · 1 · 7 de mayo a las 9:57

Justin Moya Montenegro Daniela "levántate a limpiar" 🤔🤔🤔  
Me gusta · Responder · 7 de mayo a las 12:20

Ad Osorio Antonella Icaza  
Me gusta · Responder · 7 de mayo a las 21:11

Marín DV. Iamél Da murho meu. Paço ia ia  
Escribe un comentario...

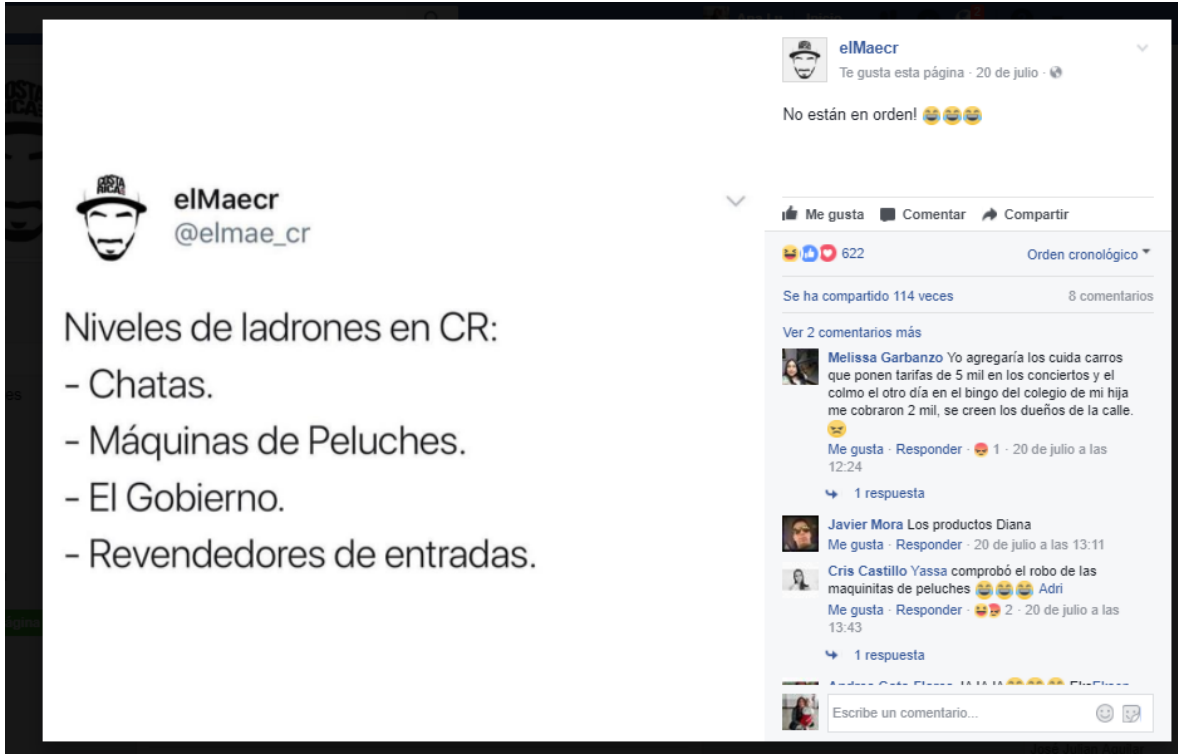
lae-chat.facebook.com...

Apéndice T



Apéndice U





**elMaecr**  
@elmae\_cr

Niveles de ladrones en CR:

- Chatas.
- Máquinas de Peluches.
- El Gobierno.
- Revendedores de entradas.

**elMaecr**  
Te gusta esta página · 20 de julio · 🌐

No están en orden! 😂😂😂

Me gusta Comentar Compartir

622 Orden cronológico

Se ha compartido 114 veces 8 comentarios

Ver 2 comentarios más

**Melissa Garbanzo** Yo agregaría los cuida carros que ponen tarifas de 5 mil en los conciertos y el colmo el otro día en el bingo del colegio de mi hija me cobraron 2 mil, se creen los dueños de la calle. 😂

Me gusta · Responder · 1 · 20 de julio a las 12:24

1 respuesta

**Javier Mora** Los productos Diana

Me gusta · Responder · 20 de julio a las 13:11

**Cris Castillo** Yassa comprobó el robo de las maquinitas de peluches 😂😂😂 Adri

Me gusta · Responder · 2 · 20 de julio a las 13:43

1 respuesta

Escribe un comentario...

Es seguro | <https://www.facebook.com/elmae506/photos/a.584355328424690.1073741828.584352498424973/65764877762011/?type=3&theater>



**elMaecr**  
Te gusta esta página · 24 de mayo · 🌐

🎉🎉🎉🎉🎉

Me gusta Comentar Compartir

956 Orden cronológico

Se ha compartido 81 veces 21 comentarios

Ver 15 comentarios más

**Ingrid Marin Campos Gerardo Herrera Madrigal**

Me gusta · Responder · 1 · 24 de mayo a las 19:54

2 respuestas

**Gregory Chaves Josy Montero** 😂😂

Me gusta · Responder · 1 · 25 de mayo a las 7:07

1 respuesta

**Nelly Azofeifa Lloronas Jloronas** 😂😂😂

Me gusta · Responder · 25 de mayo a las 7:46

**Geronimo Ramirez**

**TRANQUILO TESORO**

Escribe un comentario...

**Acabo de pasar por la platina y lloré de felicidad!**

**EL MAE CR**

Apéndice W

The image shows the Facebook profile page for 'elMaecr'. The profile picture is a stylized black and white illustration of a man's face wearing a cap with 'COSTA RICA' written on it. The page name is 'elMaecr' with the handle '@elmae506'. The navigation menu on the left includes 'Inicio', 'Publicaciones', 'Opiniones', 'Fotos', 'Comunidad', 'Videos', and 'Información'. A green button says 'Crear una página'. The main post, dated April 19, features a graphic with the text 'Clienta de tigo FURIOSA tienen que escucharlo!' and the 'EL MAE CR' logo. The post has 178,191 reproducciones and 3,166 reactions. The right sidebar shows a public persona rating of 3.8, a community of 200,771 likes and 201,181 followers, and a language menu with options for Spanish, English, and French.

The image shows a Facebook post by 'elMaecr' from July 27. The post content is a graphic with the text: 'Microsoft va a eliminar Paint de Windows ¿Y ahora como van a hacer los nuevos logos de RECOPE?'. The graphic features the 'EL MAE CR' logo and a background of repeating 'EL MAE CR' logos. The post has 496 reactions and 4 comments. The comments section shows several users reacting to the news, with one user mentioning 'Paint 3D' and another mentioning 'Word Art'. The post also has 40 shares and 1 response.

Es seguro | <https://www.facebook.com/elmae506/photos/a.584355328424690.1073741828.584352498424973/65322668204222/?type=3&theater>

**Palco de pie = ₡50.000**  
**Sombra Artesanal = ₡70.000**





**elMaecr**  
Te gusta esta página · 16 de mayo · 🌐

👍👍👍👍👍

Me gusta · Comentar · Compartir

👍👍👍👍👍 737    Orden cronológico ▾

Se ha compartido 163 veces    10 comentarios

Ver 4 comentarios más

 Nicoló Fabris Gustavo  
Me gusta · Responder · 17 de mayo a las 1:39

 Mila Rojas J 🙄🙄🙄🙄  
Me gusta · Responder · 17 de mayo a las 8:15

 Melissa AR Carlos Ricardo GuerreroEchavaria  
Me gusta · Responder · 17 de mayo a las 11:02

 Jose Joaquin Solis Ramirez Jerry Serrano Castro  
Me gusta · Responder · 17 de mayo a las 12:08

 Jose Joaquin Solis Ramirez Eduardo Vega  
Me gusta · Responder · 17 de mayo a las 12:08

 Gerick Jimenez Pastor



-edge-chat.facebook.com...

## Apéndice V

### Interacción

Es seguro | <https://www.facebook.com/elmae506/photos/a.584355328424690.1073741828.584352498424973/663777937149095/?type=3&theater>

**¿Si tuviera que votar hoy para Presidente,  
por cuál de estos cuatro candidatos votaría?**













**elMaecr**  
Te gusta esta página · 5 de junio · 🌐

Pa' presidencial! 🙄🙄🙄

Me gusta · Comentar · Compartir

👍👍👍 1835    Orden cronológico ▾

Se ha compartido 11 veces    60 comentarios

Ver comentarios anteriores

 Sonia Vargas Chacón x ninguno  
Me gusta · Responder · 8 de junio a las 17:14

 Edwin Perez Por ninguno  
Me gusta · Responder · 9 de junio a las 10:00

 Joan Broods Prefiero la muerte  
Me gusta · Responder · 10 de junio a las 19:23

 Rodrigo Aguilar Yo pienso dar mi voto al que mejores ideas tenga en tres puntos que yo veo que son importantes y nadie en este país les pone atención, reforma migratoria, plan de contingencia para el fondo de pensiones de la C.C.S.S. que ahora todos tenemos que pagar más y es probable que colapse prontamente y una devaluación más controlada sobre el colon al dólar.  
Me gusta · Responder · 11 de junio a las 2:00

 Tibault Edelweiss VOTARIA POR FIGUERES!!!  
Me gusta · Responder · 11 de junio a las 2:00

Escribe un comentario...

¿Qué opina de la formación de La Sele?

👍 Esta bien planteada.  
😡 Muy defensivo.

EL MAEcr

elMaecr  
Te gusta esta página · 8 de junio · 🌐

Qué opinan? 🇵🇷 🇨🇷

Me gusta Comentar Compartir

168 Orden cronológico

Arq Edwin Abarca Cordero  
ME EMOCIONO MAS VER ENTRAR A MI SUEGRA A MI CROZA  
QUE VER ESTA HIJTA MEJENGA

Me gusta · Responder · 🗨️ 4 · 8 de junio a las 21:43

Lenuam Gutiérrez Con las q se han comido los panameños creo q con defensa de 3 bastaba.  
Me gusta · Responder · 8 de junio a las 21:47

Orlando Zuñiga Mae le falta, pura mierda

Escribe un comentario...

Es seguro | <https://www.facebook.com/elmae506/photos/a.584355328424690.1073741828.584352498424973/607862846073938/?type=3&theater>

Con más de 18.500 seguidores en facebook, ya tenemos un alcance mayor a los **2 MILLONES**...

Esta semana  
2.371.520 ↑  
Alcance de la publicación

Definitivamente, mis seguidores, son los mejores!

EL MAEcr

elMaecr  
Te gusta esta página · 1 de marzo · 🌐

Esto es lo que me motiva, ustedes son los que me motivan a seguir adelante y no dar un paso atrás ni para agarrar impulso... GRACIAS, de verdad le agradezco todo el apoyo que me han dado, siempre trato de sacarles una risa y espero haberlo logrado al menos una vez... Ustedes son TODA, sin ustedes @elMaecr no es nada. Gracias (de nuevo) y que Dios los bendiga. 🙏🇵🇷🇨🇷

Me gusta Comentar Compartir

70 Orden cronológico

Lan Furbux Excelente página. Nada más no hagan tanto repollo.  
Me gusta · Responder · 🗨️ 2 · 1 de marzo a las 23:38

Miguel Gamboa 🇵🇷 Pura vida Mae.. Siga así.. Esta muy legal la página! 🙌  
Me gusta · Responder · 🗨️ 1 · 1 de marzo a las 23:51

Escribe un comentario...

¿Qué opinan de  elMaecr?

elMaecr  
Te gusta esta página · 15 de enero ·

Buenas gente, está es la primer semana de la página y me gustaría saber que opinan... les cuadra? 🇸🇨🇵🇸

Me gusta · Comentar · Compartir

32 · Orden cronológico

Ver 6 comentarios más

- Daniel Chavarria Castro Ya usted sabe mae 🇸🇨🇵🇸  
Me gusta · Responder · 16 de enero a las 17:19
- Juan Diego Delgado Excelente!!! Pura vida...  
Me gusta · Responder · 16 de enero a las 22:06
- Samir Valle Buena pagina mae saludos desde Alajuela  
Me gusta · Responder · 16 de enero a las 22:34
- Cynthia Villalobos Jiménez Excelente  
Me gusta · Responder · 17 de enero a las 21:06
- Raquel Serrano Tuanis!!  
Me gusta · Responder · 28 de enero a las 21:58
- Douglas Walters buenisimoo  
Me gusta · Responder · 18 de febrero a la 1:25

Escribe un comentario...

### Apéndice X

### Publicidad

 EL MAEcr

LE REGALA UNA ORDEN DE COMPRA POR **20.000** COLONES EN 

Participar es facilísimo, sólo tienes que:  
- Darle me gusta a MultiDeportes Store y a elMaecr.  
- Etiquetar a 2 amigo/as.  
- Compartir esta publicación.

La rifa se realizará el próximo domingo 21 de Mayo... Suertel! 🇸🇨🇵🇸

Me gusta · Comentar · Compartir

61 · Orden cronológico

Se ha compartido 96 veces · 119 comentarios

Ver comentarios anteriores

- Ale Vargas De nuevo yo X fa X fa X fa  
Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 14:57
- Daisy M Abarca Vamos en esas Frank Carmona Guillen Adan Sanabria Fletes  
Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 15:23 · Editado
- Angelo VM Emanuel Balista Enrique Gerardo Jiménez Rodríguez  
Me gusta · Responder · 1 · 19 de mayo a las 16:58

Escribe un comentario...



**>Z** **EL MAE CR**

**elMaecr**  
Te gusta esta página · 15 de agosto ·

Estoy rifando estos anteojos en mi Instagram (@elmaecr), vayan a participar 🙌

Me gusta · Comentar · Compartir

17

Escribe un comentario...

Personas que quizá conozcas · Ver todas

**Edwin Ulate**  
1 amigo en común  
Añadir a mis amigos



**elMaecr**  
Te gusta esta página · 14 de agosto ·

Y aquí las tengo... ¿Quién las quiere? 🙌🔥

Presionen este enlace y sigan los pasos  
<https://www.facebook.com/elmae506/posts/681239142069641:0>

Me gusta · Comentar · Compartir

190 · Orden cronológico

Ver comentarios anteriores

**Jervis Rivera**  
Me gusta · Responder · 15 de agosto a las 3:30

**Gilberto Camacho** Que porquería  
Me gusta · Responder · 15 de agosto a las 7:26

**Luz Aguilera Kristhel Méndez**  
Con solo verlas dan cáncer 🤔🤔🤔  
Me gusta · Responder · 15 de agosto a las 10:10

4 respuestas

Escribe un comentario...

**LE REGALAN UN TOUR A RÍO CELESTE Y UN 50% DE DESCUENTO A SU ACOMPAÑANTE.**

Induye:  
 - Transporte con aire acondicionado - Desayuno - Almuerzo - Hidratación (botella de agua) - Entrada al Parque  
 Visita al árbol de la Paz - Visita a los Teñideros - Visita la Laguna Azul - Visita los Borbollones  
 Guía ICT de nuestra agencia en el parque nacional - Disfrute de baño en finca privada

**elMaecr**  
 Te gusta esta página · 31 de agosto · 🌐

Genteee, vean nada más el regalo que les traigo 🤗

¿Quién quiere ir a Río Celeste con un acompañante? 🇨🇷

Bueno, participar es facilísimo, sólo tienen que...  
 Ver más

Me gusta Comentar Compartir

👍👍👍 318 Orden cronológico ▾

Se ha compartido 418 veces 436 comentarios

Ver comentarios anteriores

**Marlon Chaves** Uyyyyyy amor el lugar que siempre hemos querido con el amor de mi vida quiero ir Patricia Salgado  
 Me gusta · Responder · 27 de septiembre a las 5:55

**Allison Gamboa William Arias**  
 Me gusta · Responder · 27 de septiembre a las 8:00

**elMaecr** 🎉🎉 Felicitades a Silvia Castro León

Escribe un comentario...

**¿QUIÉN QUIERE PIZZA?**

Ingresa en [jugaygana.net](http://jugaygana.net) y ganá premios jugando

**elMaecr**  
 Te gusta esta página · 28 de agosto · 🌐

Maeeee, esta semana me dieron una pizza para regalar.  
 ¿Quién la quiere? 🍕🤗

Sólo tienen que:  
 1. Darle me gusta a Mobile Marketing y a ElMae CR... Ver más

Me gusta Comentar Compartir

👍👍👍 46 Orden cronológico ▾

Se ha compartido 50 veces 47 comentarios

Ver 41 comentarios más

**Gabriela Hidalgo** Yo la quiero  
 Me gusta · Responder · 30 de agosto a las 12:02

**Dali Gonzalez Con Erick Josué Cordero Kenneth Muñoz Bolaños**  
 Me gusta · Responder · 30 de agosto a las 12:05

**Josue Jimenez Con Ari Casares** 🤗🤗  
 Me gusta · Responder · 1 · 30 de agosto a las 12:25

1 respuesta

Escribe un comentario...

## Apéndice Y

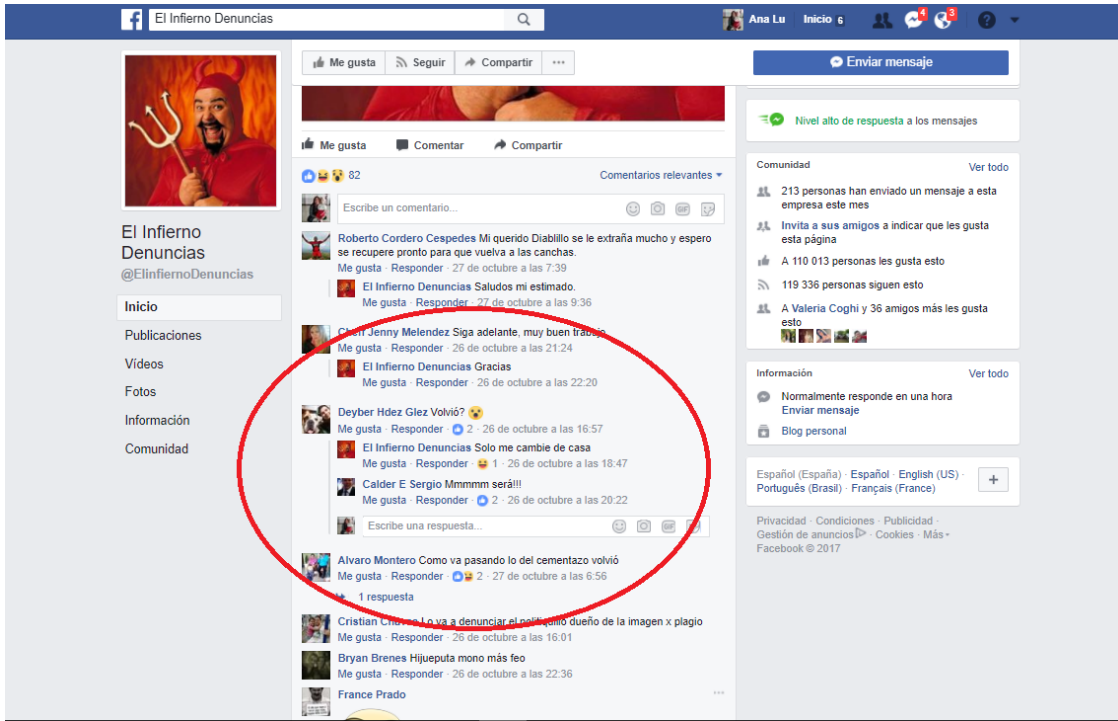
### Ejemplos El Infierno en Costa Rica

The screenshot shows the Facebook profile page for 'El Infierno en Costa Rica'. The profile picture is a man in a red devil costume holding a pitchfork. The cover photo is a close-up of a red pitchfork against a background of flames. The page name is 'El Infierno en Costa Rica' with the handle '@elinfiernocr'. The 'Información' section includes contact information for '@elinfiernocr' and a bio that reads: 'El infierno siempre va a arder. Si un diablo se va otro viene y ocupa su lugar. Lo importante es seguir denunciando'.

### Anuncio de retiro

The screenshot shows a Twitter thread by 'El Chamuko' (@elchamuko). The first tweet, posted 16 minutes ago, says: 'Estimados: Estoy muy enfermo, más aún no estoy silenciado. Nunca pensé enfrentar este tipo de enfermedad.' It has 7 replies, 2 retweets, and 2 likes. The second tweet, posted 7 minutes ago, is a reply to the first and says: 'Anuncio mi retiro de redes sociales siendo el mismo pobre diablo de siempre. Gracias a todos por estos años de apoyo.' It has 2 replies, 1 retweet, and 3 likes. The third tweet, also posted 7 minutes ago, says: 'Ojalá más personas puedan hacer más proyectos para enriquecer la libertad de expresión y hacer un mejor país.' It has 1 like.

# Facebook



# Apéndice Z

# Publicaciones



enfisema o el cancer es cuando ya estan enfermos del pulmón y ya muy tarde en muchos casos  
Me gusta · Responder · 7 · 8 de octubre a las 13:51 · Editado

Ver más comentarios

**El Infierno Denuncias**  
28 de septiembre · 🌐

• BUENO QUEDAN AVISADOS, SON MUCHAS LAS IRREGULARIDADES QUE GIRAN EN TORNO AL "INSTITUTO COSVIC". MEJOR NO SE LA JUEGUE 🚫🔥  
DOCENTES Y CURSOS NO ACREDITADOS.  
Menciona La UnicaMinisterio de Educación Pública MEP Universidad De Costa Rica Conesup Instituto Cosvic Ingresos Cosvic Heredia Instituto Cosvic Alajuela Instituto Cosvic CR Instituto Cosvic Cartago ... Ver más

**INSTITUTO COSVIC ESTAFA**  
Made with VideoShow

21 171 reproducciones

Me gusta · Comentar · Compartir

👍👍👍 399 · Comentarlos relevantes

Se ha compartido 428 veces

Escribe un comentario...

Kib Sa A mi me bloquearon porque nos estafaron con la graduación y yo lo hice publico y bombardearon todos mis comentarios

Envía mensaje

Busca publicaciones en esta página

Publicaciones de las personas que han visitado la página

- Anthony Log · Ayer a las 17:28 🌐  
👍 Hola amigos, queria comunicales el último fenomeno para los que com... Ver más  
2 comentarios · Me gusta · Comentar
- Cristian Garcia · 7 de noviembre a las 10:11 🌐  
👍 Que complicado elegir 1  
1 Me gusta · Me gusta · Comentar
- Malk D Vega · 3 de noviembre a las 19:19 🌐  
👍 Mi padre es la persona que fallecio en este lugar. Era una persona ... Ver más  
1 comentario · Me gusta · Comentar

Español (España) · Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2017

Es seguro | <https://www.facebook.com/pg/ElInfiernoDenuncias/posts/>

El Infierno Denuncias

Me gusta · Seguir · Compartir

4 respuestas · Ver más comentarios

**El Infierno Denuncias**  
14 de octubre a las 21:19 · 🌐

• LE SOLICITAMOS A LAS AUTORIDADES TOMAR LAS MEDIDAS NECESARIAS E INMEDIATAS PARA ASEGURAR LA INTEGRIDAD DE LA SIGUIENTE NIÑA A LA MAYOR BREVEDAD POSIBLE.  
(Ella es apellido Marín la dirección es esparzal segunda entrada pulpería Betty 100 oeste casa b 122) Patronato Nacional de la Infancia Fuerza Pública de Costa Rica Organismo de Investigación Judicial Puntarenas Puntarenas Le Informa Policía Municipal de San José choy com Telenoticias Defensoría de los Hablantes de la Repú... Ver más

Puede que este video muestre violencia gráfica o actos sangrientos.

Mostrar Video

Envía mensaje

Busca publicaciones en esta página

Publicaciones de las personas que han visitado la página

- Anthony Log · Ayer a las 17:28 🌐  
👍 Hola amigos, queria comunicales el último fenomeno para los que com... Ver más  
2 comentarios · Me gusta · Comentar
- Cristian Garcia · 7 de noviembre a las 10:11 🌐  
👍 Que complicado elegir 1  
1 Me gusta · Me gusta · Comentar
- Malk D Vega · 3 de noviembre a las 19:19 🌐  
👍 Mi padre es la persona que fallecio en este lugar. Era una persona ... Ver más  
1 comentario · Me gusta · Comentar

Español (España) · Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2017

<https://www.facebook.com/pg/ElInfiernoDenuncias/posts/#>

codino ninez adol...pdf · 05-proteccion me...pdf

Facebook post from 'El Infierno Denuncias' featuring a video of a man in a pink shirt. The video title is 'EL INFIERNO DENUNCIAS®'. The post text reads: 'EL ÁRBITRO "HENRY BEJARANO" ES ACUSADO DE INSULTOS RACISTAS POR EL JUGADOR DE LIMÓN FC STEVEN WHILLIAMS. ESTÁ NO ES LA PRIMERA OCASIÓN QUE EL ÁRBITRO ES DENUNCIADO POR ASUNTOS SIMILARES. POST: EL INFIERNO DENUNCIAS® 06/09/2017, 10:30pm. Unafut'. The video has 9403 reproducciones and 115 likes. The page name 'El Infierno Denuncias' is circled in red.

Facebook post from 'El Infierno Denuncias' featuring a photo of a dark pickup truck. The post text reads: '•Y COMO SE JUSTIFICA LA COMPRA DE UN VEHÍCULO SUMAMENTE "COSTOSO TANTO EN GASTOS DE MANTENIMIENTO COMO EN GASTOS OPERATIVOS POR PARTE DE LA Universidad De Costa Rica. •SERÁ ESTE VEHICULO COMPRADO CON PARTE DEL DINERO QUE INDICA EL SEÑOR "PRESIDENTE" NO SE TIENE PARA PAGAR AGUINALDO Y BONO ESCOLAR A FUNCIONARIOS PÚBLICOS? ANEP. •CUANTOS AGUINALDOS SE HUBIERAN PODIDO PAGAR DE LOS \$20 MILLONES QUE EL Banco de Costa Rica LE "REGALO" A EMPRESARIO CEMENTERO SIN CUMPLIR LA GARANTÍA... Ver más'. The photo shows a dark pickup truck with 'UNIVERSIDAD DE COSTA RICA' on the side. The page name 'El Infierno Denuncias' is circled in red.