

Análisis de Tendencias #5

Semana del 28 al 04 de febrero: cierre de las campañas

- En el ambiente previo a la elección circuló un video en el que una persona le pregunta a un ciudadano que carga una tula y alega que no podría andar con el material electoral sin una escolta policial. Con rapidez se dió la proliferación de comentarios de apoyo al señor que fue grabado y perseguido por estas personas. Se conversó en gran manera sobre las tradiciones propias de la cultura política costarricense como la del resguardo de tulas por parte de la ciudadanía hasta el día de las elecciones. **Mientras que mucha de la discusión giró sobre el mensaje que envía el acontecimiento, el que construyen como una muestra de la falta de conocimiento de parte de la ciudadanía sobre el funcionamiento del proceso de distribución de material electoral a lo largo del país.** En redes, se afirmaba incluso que la persecución al voluntario que llevaba la tula es una actitud valle centrista y despegada de la realidad nacional.
- **El cierre de las campañas electorales tuvo impactos en las tendencias digitales.**
 - La más importante respecto al PLP+ cuando se difundieron videos de su candidato a la presidencia Eliécer Feinzaig celebrando en un Mercedes Benz. Fue ampliamente criticado, vinculado con sectores adinerados y tildado de “elitista” debido en parte a las narrativas digitales que han englobado al partido durante la campaña, la manera en que comunicaron propuestas sobre todo al inicio de la contienda y el efecto de ataques de personas partidarias de otras fuerzas políticas.
 - Por otro lado, Nueva República organizó una serie de caravanas que terminaron en el centro de eventos Pedregal. La narrativa digital le achaca el financiamiento que recibió del empresario Rafael Ángel Zamora Fernández, dueño de ese complejo de eventos, por ₡345 millones. También dió mucho de qué hablar la forma en donde el candidato a la presidencia se refería a sí mismo como el líder de los participantes en el evento. El cierre se acompañó de narrativas que vinculan al candidato con el populismo y la corrupción.
 - Rodrigo Chaves del PPSD llevó a cabo su cierre de campaña en el Centro Nacional de Convenciones en donde destacaron los discursos anti-prensa debido a la critica que han realizado debido a su sanción por acoso sexual mientras trabajó en el Banco Mundial. A raíz de ello las redes sociales vieron como tendencia su discurso, discusión que generó polarización importante en comunidades digitales.

- Entre los cierres que menor impacto tuvieron en redes sociales están el PAC, el PUSC, el PLN y el FA. Este último cerró su campaña en San José sin la presencia de José María Villalta, pero con la participación de Sofía Guillén y Gerardo Hernández. Lineth Saborío dió su discurso final de casi dos minutos en donde compartía algunas de sus propuestas. José María Figueres instó a las personas en la importancia de salir a votar y Wlemer Ramos aseguró que el partido iba a ser el vencedor de las elecciones. Estos cierres tuvieron poca cobertura en redes sociales y poco revuelo, la interacción en redes sociales se limitó a algunos comentarios en notas o publicaciones menores al respecto.
- Los últimos 3 debates de la contienda electoral tuvieron efectos en las tendencias digitales. Como eventos masivos mediatizados, los debates de Monumental, Repretel y Teletica, medios de comunicación de gran plataforma en el país, mantuvieron las redes sociales activas durante y después de cada uno de ellos. Como tendencia general de este proceso electoral más que cualquiera de los anteriores, los debates ganan muchísima relevancia por el contenido post-debate que las personas usuarias de redes sociales generan. **Montajes, frases sacadas de contexto, extractos de “momentos de gloria” y memes se han convertido en productos comunicativos de altísima difusión digital que incluso pueden disputar con el mismo debate la capacidad de generar opinión y modificar el comportamiento político-electoral.**