

2022 Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales #13

Número especial: Cierre del período electoral e inicio del período de transición

26 marzo - 8 abril

Campañas Sucias... finales sucios

- **Un video privado de Rodrigo Chaves se filtró en redes sociales y tuvo una gran distribución en el entorno digital.** Por su naturaleza y contenido, el video apoyaba la construcción de imagen de acosador del candidato a la presidencia, por lo que su impacto como tendencia política en medio de la campaña es de relevancia. En este caso, el vídeo encontró distribución en páginas que difunden contenido cómico en forma de “memes” o videos de situaciones graciosas. En estos espacios de difusión el video se enmarcó como burlesco, satírico o objeto de burla y, como muchos de estos contenidos, tuvo una amplia y rápida reacción por parte de las comunidades digitales.
- **En los últimos días de la campaña, tras una constante presencia en medios de comunicación, la campaña de Chaves recibió el impacto de la cobertura mediática de otra supuesta estructura paralela de financiamiento.** En este caso, las redes sociales se comportaron de manera reactiva a los contenidos distribuidos por medios de comunicación tradicionales, con la peculiaridad de que esta noticia no tuvo mayor impacto en entornos digitales.
- Fiel al tono de la campaña electoral, en sus últimos días se filtró un video de la madre de José María Figueres, Karen Olsen en donde ella dice “que él miente mucho”. Esta declaración y el contenido como tal fue desmentido por la campaña liberacionista, dando a entender que es parte de la “campaña sucia” de la campaña del PPSD. **Como fue tendencia, los cuestionamientos personales a los candidatos tomaron el papel central, con apoyo en recursos como este tipo de vídeos de personajes relacionados a ellos.**
- También en los últimos respiros de la campaña electoral, surgieron los movimientos sociales digitales con las etiquetas *#Parémoslo* y *#VotáenContra*, dirigidos a incentivar un voto contra Rodrigo Chaves. **Este tipo de campañas sin autoría o que parecen ser generadas desde la ciudadanía independiente pueden leerse como tácticas de comunicación que pretenden movilizar mensajes clave sin**

cargar con la autoría de un lado de la contienda. Como característica, este tipo de mensajes y contenidos son difusos y no permiten conocer su verdadera procedencia, lo que los hace una expresión superior de la incertidumbre que generan las redes sociales como plataformas de comunicación no neutrales.

- **Tras el debate organizado por Noticias Repretel, la plataforma Twitter vio como tendencia las etiquetas #DebateRepretel y #LaÚltimaCongoja.** En las horas siguientes, las personas usuarias expresaron satisfacción con el formato del debate pero también resignación por lo que consideraron una “campaña vacía” o “poco importante”. En el caso de la etiqueta #LaÚltimaCongoja, bajo ella se aglutinaron bastantes comentarios negativos sobre la campaña, los debates, el perfil de los candidatos y el tono personal y agresivo de la campaña tanto en entornos de comunicación digital como en medios de comunicación de corte tradicional.

Día E: resignación, memes, risas, llantos

- Como fue comentado por el OPNA tras la jornada, el “día E” pareció dejar de lado, al menos en la esfera de la opinión pública, el pesimismo de la campaña electoral por un reconocimiento a la cultura cívica o construcción de ciudadanía costarricense bajo el sistema electoral. Esta no fue la excepción en los entornos digitales, aparte del intercambio de mensajes a favor y en contra de los candidatos, las redes se llenaron de mensajes que destacan la posibilidad de votar y expresaban algún tipo de resignación por el inevitable gane de alguno de los dos. **Ya en horas de la noche, tras conocerse el resultado final y pasada la ola inicial de reacciones, en medios digitales se socializaron memes, contenidos que buscaban abordar el tema con humor e incluso mensajes de desaprobación y tristeza por el resultado electoral.** Este conjunto de sentimientos expresados en redes sociales son terreno fértil para una posterior profundización en la manera en que las diferentes audiencias enfrentaron la noticia del ganador de las elecciones.
- En la etapa de transición del gobierno, el evento que movió los entornos digitales fue la reunión entre el equipo de transición del presidente electo y la actual Ministra de la Presidencia y su equipo. **La incertidumbre en cuanto a figuras del gabinete y los efectos de las políticas que buscará implementar generan un vacío de información que tanto las redes sociales como los medios de comunicación**

tradicionales buscan llenar a partir de especulaciones, *chismes* o notas que se elaboran a partir de rumores digitales o no.

- **La intención del presidente electo de reclutar personal para su gabinete, nombramientos y equipos a partir de la recolección de CVs de potenciales candidaturas fue material para memes y contenidos humorísticos en tono de burla.** En redes sociales se distribuyeron una serie de montajes, imágenes y narrativas sobre el proceso de selección, en tono burlesco hacia el equipo del nuevo gobierno, la capacidad de procesamiento de la información y similitudes con el proceso llevado a cabo por el ex-presidente Luis Guillermo Solís. Este tipo de respuestas a información política responde a la *espectacularización de la política*, fenómeno recurrente en entornos digitales que se basa en aligerar la importancia de las informaciones políticas a partir de asimilar con contenidos rituales de la cultura popular.
- **Como último vestigio de la campaña electoral, finalmente se confirmó en todos sus extremos la autoría por parte de Liberación Nacional del video “Salto al Vacío” que fue tendencia durante las últimas semanas de contienda.** Este evento pasa con menor impacto debido a que salió a circular ya pasada la elección, cuando la atención mediática y la disposición de las audiencias a consumir información electoral es menor. No obstante, deja como precedente y futuro caso de estudio el manejo de la comunicación de campaña de Liberación Nacional en lo que respecta a la táctica de crear este video e implementarlo en la manera en que se hizo.