

REPORTE DEL OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL #26 “RADIOGRAFÍA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN CHAVES ROBLES Y OTROS ACTORES POLÍTICOS DEL PAÍS, ENTRE EL 01 DE OCTUBRE DE 2024 Y EL 31 DE ENERO DE 2025”

Lunes 10 de febrero de 2025

INTRODUCCIÓN

El Observatorio de Comunicación Digital es un estudio sistematizado de “escucha social” (*Social Listening*) sobre los temas más importantes que se generan en redes sociales en Costa Rica, en un tiempo determinado, que muestran tendencias, hábitos y otros comportamientos sociales relacionados con el quehacer del país. Este estudio es creado por el Campus Creativo de la Universidad Latina de Costa Rica, con el apoyo de la compañía especializada en monitoreo social Kantar IBOPE Media.

Las investigaciones de “escucha social” (*Social Listening*) no pueden considerarse estudios de opinión pública, sino que deben entenderse como el resultado de un análisis cuantitativo del comportamiento digital, basado en el volumen de conversación en redes sociales, blogs y sitios web abiertos. Además, se incluyen otros canales de comunicación digital, para categorizar el sentimiento de dicha conversación, a partir del trabajo de un equipo de “minería de datos” que revisa, recategoriza (cuando corresponde) y etiqueta todo el volumen que ingresa a los sistemas que para estos fines se han utilizado.

El objetivo de este estudio es mostrar las tendencias de la conversación digital alrededor de las figuras políticas entre el **01 de octubre de 2024 y el 31 de enero de 2025**, las emociones que generaron entre los habitantes del país y la dinámica en general de la comunicación digital, así como el comportamiento en redes sociales y web pública de Costa Rica durante este periodo.

Los datos se obtienen mediante el uso de las herramientas de Social Listening Adspend de Kantar IBOPE Media y Mention; las cuales tienen acceso a todo espacio público disponible en la web, por ejemplo, redes sociales con perfiles públicos, blogs y en general, todo aquello que sea de libre acceso en internet.

Para efectos de este reporte, se eliminaron los mensajes y comentarios provenientes de cuentas identificadas como “*troles digitales*”; es decir, usuarios en redes sociales que no tienen ningún tema de contenido o conversación que no sea relacionado con ataques directos o indirectos y que, por lo general, su comportamiento se desarrolla desde el “anonimato”, perfiles falsos, bots y otros mecanismos similares. Para este informe esto representa un **10,9%** del volumen de la conversación, el cual fue descartado de la data que se analizará a continuación.

Los sistemas de “escucha social” obtuvieron durante el periodo de investigación entre el **01 de octubre de 2024 y el 31 de enero de 2025**, un volumen de **162.586** menciones; dirigido hacia la figura del presidente, vicepresidentes, ministros, viceministros, diputados u otras figuras públicas, involucradas en el quehacer político del país.

A continuación, se detalla el porcentaje de aporte que hizo cada plataforma en las herramientas de *social listening*, durante el periodo a investigar:

Tabla 1:

Porcentaje del aporte de datos por plataforma de web pública

| Plataforma de Web pública | Porcentaje del aporte de datos |
|------------------------------------|--------------------------------|
| X | 24% |
| TikTok | 23% |
| Sitios de noticias | 23% |
| Facebook | 21% |
| YouTube | 8% |
| Otras redes sociales y Web Pública | 1% |

Fuente: Adspend y Mention, enero 2025

En el sitio web oficial del presente informe, se ofrecen más detalles metodológicos sobre la investigación, además de los anteriores reportes publicados:

<https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio>

PRINCIPALES HALLAZGOS DEL INFORME #26

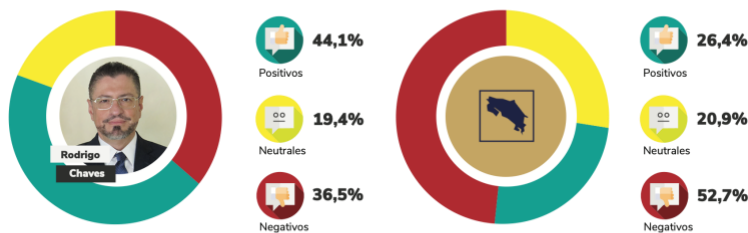
- 1. Renuncia de los jefes de la conversación digital en redes sociales:** Esta decisión fue recibida con apoyo generalizado hacia la figura de Laura Fernández en redes sociales y la web pública. El ahora exministro Batalla acumuló críticas por las obras inconclusas en Circunvalación Norte y de igual forma, la exministra Müller sale con comentarios negativos por “La Ruta de la Educación”.
- 2. Precandidaturas presidenciales impulsan la conversación digital y confirman la caída del interés por la “Ley Jaguar”:** El inicio del “ciclo electoral” con varios precandidatos (Álvaro Ramos, Leslye Bojorges y Claudia Dobles entre los más mencionados) ha ganado relevancia en redes sociales, aunque su foco de conversación se centra en polémicas específicas, más que en propuestas de campaña. Por el contrario, el debate sobre la “Ley Jaguar” ha perdido casi toda irrelevancia digital; tras los pronunciamientos de la Sala Constitucional, se mencionó solo **841** veces en enero 2025.

3. **Visita de Nayid Bukele y la emergencia por inundaciones disparan los comentarios positivos hacia la Administración Chaves Robles:** Ambos eventos dinamizaron de forma notable la conversación digital, inyectando un tono favorable a la figura de Rodrigo Chaves y parte de su gabinete. En contraposición, los denominados “Chinaokes” en diciembre dispararon los comentarios negativos para la administración y el presidente Chaves.
4. **Repunte en la audiencia de las conferencias de prensa:** Las transmisiones en vivo de Casa Presidencial los miércoles registraron un aumento en su promedio de audiencia y alcance durante el cuatrimestre. Este incremento se debe en gran parte a la presentación de temas “polémicos”, como la exposición de las pensiones de lujo.
5. **Violencia digital contra mujeres en la políticas:** El estudio expone los casos de la diputada Johanna Obando (PLP), la diputada Andrea Álvarez (PLN) y la contralora general Marta Acosa, evidenciando que estos ataques aumentan con las coyunturas mediáticas y la aparición de las vallas publicitarias polémicas.

a. ¿Cuál es la valoración de los cibernautas en Costa Rica hacia el presidente Rodrigo Chaves y otras figuras políticas en Costa Rica?

A partir del análisis del volumen de la conversación digital para el Poder Ejecutivo, se estudió la valoración de los comentarios, lo cual revela que el **44,1%** de todo lo conversado en redes y la web pública es positivo hacia el presidente Rodrigo Chaves Robles, versus el **36,5%** de comentarios negativos.

Estos datos contrastan con el **26,4%** de comentarios positivos y el **52,7%** de comentarios negativos que recibe el resto del Poder Ejecutivo (el segundo porcentaje más alto en lo que va de la actual de gestión gubernamental). Este análisis recopila la conversación en torno a los ministros, viceministros y otras figuras de la actual administración.



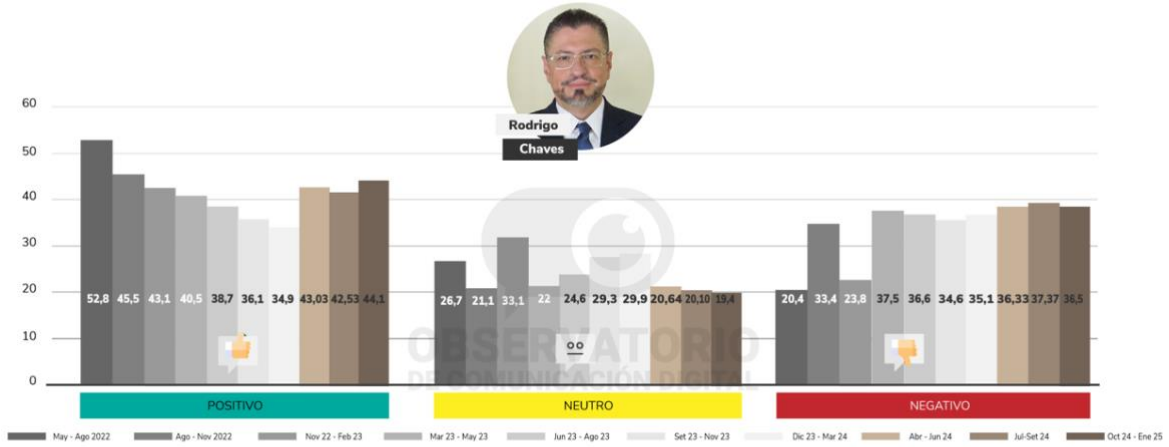
Sentimientos de la conversación digital generada en redes sociales y web pública
Figura del presidente Rodrigo Chaves vs. el Poder Ejecutivo
(1 de octubre de 2024 al 31 de enero de 2025)
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

Para comprender el aumento en el sentimiento positivo y negativo de la conversación digital, el OCD identificó los hechos que dispararon en el último cuatrimestre la conversación digital hacia el gobierno y la figura presidencial, por orden de prioridad:

Tabla 2: Acontecimientos que dispararon el sentimiento en la conversación digital.

| SENTIMIENTO POSITIVO | SENTIMIENTO NEGATIVO |
|--|---|
| Visita al país de Nayid Bukele. | Propuesta de póliza para el presidente Chaves y ministros en caso de posibles demandas en el ejercicio de sus funciones públicas. |
| Emergencia nacional por inundaciones. | Memos sobre Circunvalación Norte (Trabajos pendientes en la entrega). |
| Renuncia de varios jefes para asumir proyectos político-electorales de cara a la elección del 2026. | Publicación de los denominados “Chinaokes” con parodias al ejecutivo y el retiro de pauta publicitaria de Kölbi y Banco Popular. |
| Baja histórica en la pobreza y pobreza extrema desde el 2010, según la Encuesta de Hogares del INEC. | Comentario del presidente Chaves sobre el olor a Cofal en la oficina del presidente legislativo. |
| Desafío a un debate entre los presidentes de los tres poderes, propuesto por el presidente Chaves. | Video sobre bullying lanzado en la Asamblea Nacional del PLN. |
| Posible renuncia del presidente Chaves para asumir una candidatura a diputación en el próximo proceso electoral. | Inicio de la comisión investigadora sobre presuntas irregularidades en la CCSS. |
| Reportajes sobre la celeridad con la que la Contraloría General de la República creó un informe base para la denuncia del “Caso Barrenador”. | Inconstitucionalidad de la Ley Jaguar 2.0 (Reforma al artículo 67 de la Ley General de Contratación Pública y el artículo 5 bis de la Ley Orgánica de Japdeva). |
| Vallas que solicitan la renuncia del presidente de la Asamblea Legislativa, el presidente del Poder Judicial, el fiscal general de la República y la contralora general de la República. | Nombramiento de Marta Esquivel como ministra de Planificación, lo cual le otorga inmunidad a la expresidenta de la CCSS. |

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero de 2025

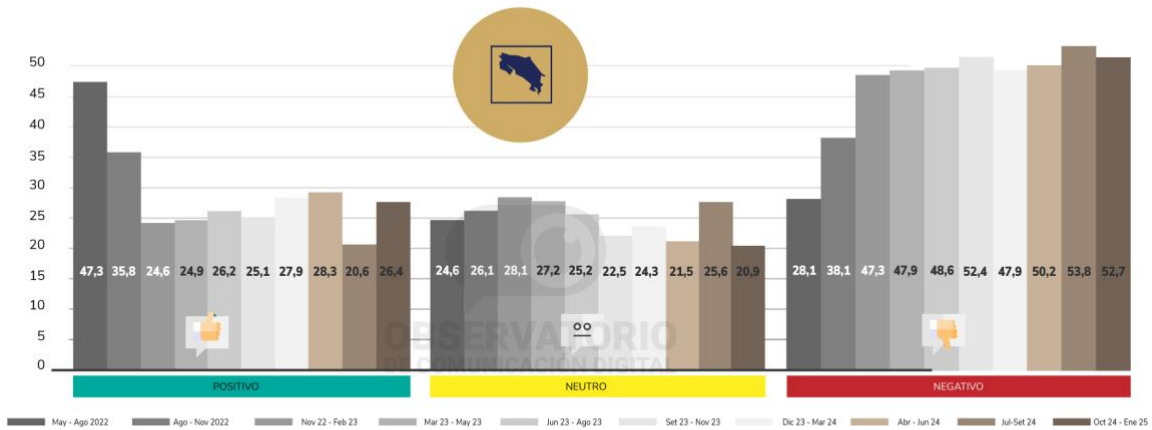


Evolución del sentimiento de la conversación digital generada en redes sociales y web pública
Presidente Rodrigo Chaves
 (8 de mayo de 2022 al 31 de enero de 2025)
 Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

ULATINA
 Powered by Arizona State University



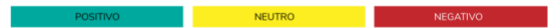
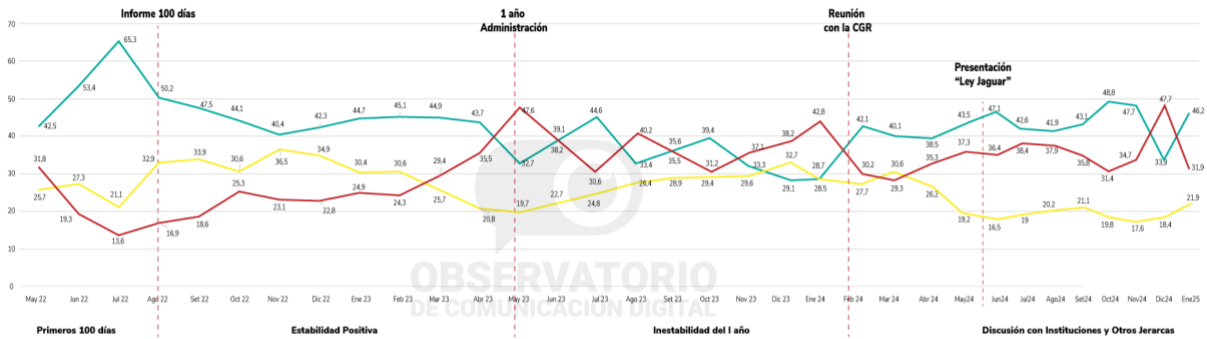
Evolución del sentimiento de la conversación digital generada en redes sociales y web pública
Poder Ejecutivo
 (8 de mayo de 2022 al 31 de enero de 2025)
 Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

ULATINA
 Powered by Arizona State University

A continuación, se presenta una evolución del sentimiento digital hacia la figura presidencial, en la que se identifican tendencias a lo largo de esta administración. Este último año, destaca una etapa de discusión del Ejecutivo con instituciones como la Contraloría General de la República, Poder Judicial, Fiscalía General y la Asamblea Legislativa.



Evolución de los sentimientos en la conversación digital hacia la figura del presidente Chaves Robles

Entre el 1 de mayo de 2022 y el 31 de enero de 2025
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO



ULATINA
Powered by Arizona State University

Por otra parte, el estudio destaca los ministros y otras figuras del Poder Ejecutivo que atrajeron el mayor volumen de comentarios positivos en el medio digital durante el último cuatrimestre.

1. La visita de Nayid Bukele en el mes de noviembre de 2024 generó un aumento significativo en la conversación digital a favor de la figura presidencial y la administración Chaves Robles, con un **64,5%** de comentarios favorables. Particularmente, su recorrido por la cárcel La Reforma y la posible vinculación entre El Salvador y Costa Rica para abordar la crisis de seguridad del país fueron los temas más destacados.

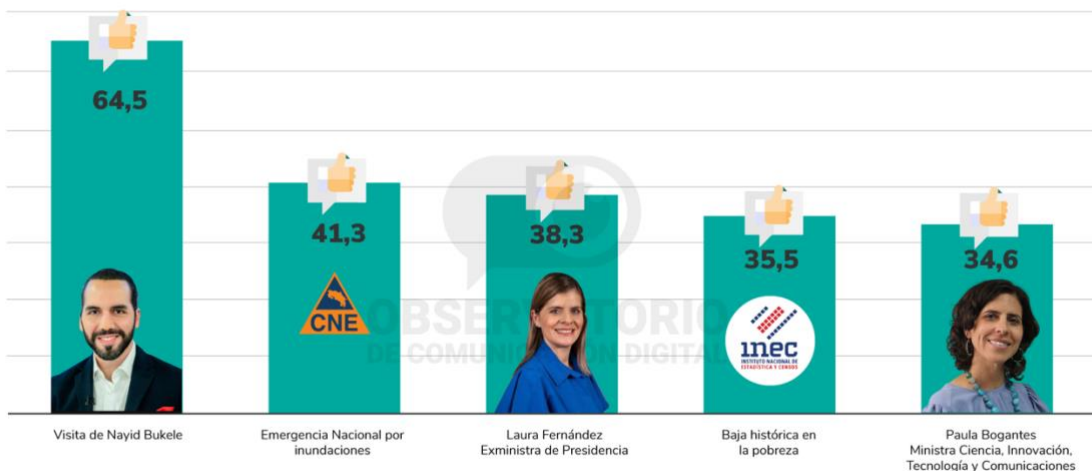
2. En la misma semana de la visita de Bukele, se decretó emergencia nacional por inundaciones en varias zonas del país, con mayor impacto en la Zona Sur y Guanacaste. Esto generó un **41,3%** de comentarios favorables hacia el gobierno, por las acciones realizadas. Destacó especialmente un video donde el presidente Chaves le indicaba a los damnificados por la emergencia que los diputados querían echar al río la comida enviada por El Salvador.



3. La exministra Laura Fernández ocupa la tercera posición con un **38,3%** de comentarios positivos en el último cuatrimestre, lo cual se desprende de su papel y contenido generado en redes sociales durante la emergencia nacional por inundaciones, varias entrevistas que dio a medios de comunicación a finales del 2024 y comentarios en redes sociales que especulan sobre su posible candidatura presidencial para 2026.

4. En cuarto lugar aparece la publicación de la Encuesta del INEC en octubre 2024 con un **35,5%** de comentarios positivos en redes sociales y web pública, que reportó una reducción de la pobreza en el país al 18%, la cifra más baja desde 2010. También se destacó la disminución de la pobreza extrema, especialmente en zonas rurales.

5. Cierra este ranking Paula Bogantes, ministra de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones con un volumen positivo de **34,6%** de la conversación digital, producto de su intervención en una conferencia de prensa en la que cuestionó a la diputada Johana Obando (PLP) por su control político, relacionado con unos reportajes publicados por Central Noticias, denominados como “MADE IN CHINA” y donde se cuestiona la participación de varios diputados en relación con Huawei Costa Rica y la instalación de la tecnología 5G en el país.



Porcentaje de comentarios positivos para figuras del gobierno o actividades gubernamentales

Entre el 1 de octubre de 2024 y el 31 de enero de 2025
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS
CREATIVO



ULATINA
Powered by Arizona State University

b. ¿Cuál fue el comportamiento en digital de los Precandidatos que han manifestado una posible candidatura a la presidencia y sobre la denominada “Ley Jaguar”?

Otro elemento relevante en la conversación digital en este periodo son los primeros anuncios de precandidaturas presidenciales. En este sentido, el Observatorio de Comunicación Digital, determinó dos factores clave a considerar:

- Relevancia digital de las figuras que aspiran a la presidencia (Por volumen).
- Sentimiento hacia las figuras relevantes digitalmente (Cuando una figura no genera mucho volumen en la conversación es complejo determinar datos sólidos sobre el sentimiento).

En el análisis de relevancia digital, los precandidatos se han clasificado en dos grupos: relevantes e irrelevantes, basándose en si su volumen de conversación en redes sociales supera las 1.000 menciones durante el período del 1 de octubre de 2024 al 31 de enero de 2025.

En ese contexto, el 30 de enero de 2024, los ahora exjefes Laura Fernández (Presidencia), Mauricio Batalla (MOPT), Ana Katharina Müller (MEP), Francisco Gamboa (MEIC) y Osvaldo Artavia (INDER) presentaron su renuncia a sus respectivos cargos. Este hecho generó un volumen significativo en la conversación digital por lo que serán incluidos en este análisis, aunque aún no han oficializado una eventual aspiración política.

Tabla 3: Figuras políticas relevantes e irrelevantes digitales

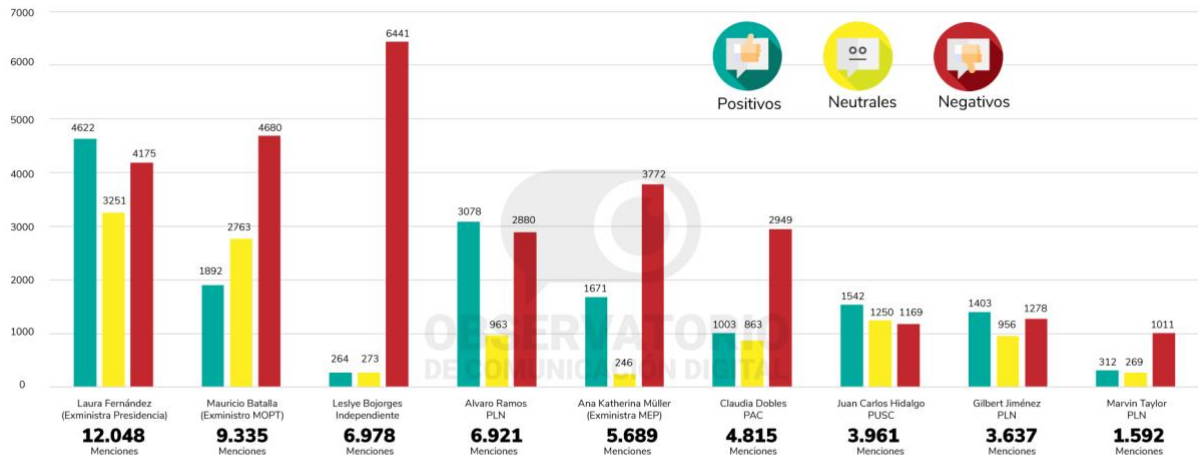
| Figuras relevantes digitalmente | | Figuras irrelevantes digitalmente | |
|---------------------------------|-----------|-----------------------------------|-----------|
| Precandidato o figura política | Menciones | Precandidato o figura política | Menciones |
| Laura Fernández | 12.048 | Francisco Gamboa | 867 |
| Mauricio Batalla | 9.335 | Enrique Castillo (PLN) * | 345 |
| Leslye Bojorges * | 6.978 | Carolina Delgado (PLN) | 253 |
| Álvaro Ramos (PLN) | 6.921 | Osvaldo Artavia | 168 |
| Ana Katharina Müller | 5.689 | Vivian Quesada (PLN) ** | 66 |
| Claudia Dobles (PAC) | 4.815 | Osvaldo Villalobos (PLN) ** | 19 |
| Juan Carlos Hidalgo (PUSC) | 3.961 | | |
| Gilbert Jiménez (PLN) | 3.637 | | |
| Marvin Taylor (PLN) | 1.592 | | |

Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

* Renunció a su pretensión de la candidatura.

** No fueron aceptadas las solicitudes para participar en la conversión del PLN por falta de cumplimiento en los requisitos correspondientes.

A continuación, se comparte el sentimiento generado de la conversación para los precandidatos con relevancia digital.



Sentimiento de la conversación digital de los precandidatos y exjercas con Relevancia Digital

Entre el 1 de octubre de 2024 y el 31 de enero de 2025
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

 **ULATINA**
Powered by Arizona State University

En la siguiente tabla se resumen los principales disparadores de la conversación, según el sentimiento:

Tabla 4: Disparadores de la conversación según el sentimiento para los precandidatos relevantes

| Precandidato o figura política | Sentimiento positivo | Sentimiento negativo |
|--------------------------------|---|---|
| Laura Fernández | Apoyo a posible candidatura. Participación en emergencia por inundaciones. Entrevistas otorgadas a finales de 2024 | Pocos resultados de su gestión. Resultados fallidos de la “Ley Jaguar”. Referencias sobre los Chinaokes y recorte de publicidad a TELETICA. |
| Mauricio Batalla | Entrega e inauguraciones de obras de infraestructura vial (Puente Saprissa, Zona Norte, Sarapiquí, entre otras). Participación en emergencia por inundaciones. | Entrega de Circunvalación Norte sin la finalización del proyecto. |

| | | |
|------------------------------------|---|---|
| Leslye Bojorges (Independiente) | Rechazo de propuesta de extender de 5 a 10 años el retiro del FCL. | Noticias sobre supuestos pagos solicitados por el diputado a la alcaldesa de San Ramón, vinculado con el caso “Madre Patria”. Renuncia a la bancada y precandidatura del PUSC por la situación antes descrita. |
| Álvaro Ramos (PLN) | Apoyo al precandidato. Trayectoria y experiencia en la gestión pública. Oposición al actual gobierno desde que dejó la presidencia ejecutivo de la CCSS | Vinculación con figuras que participaron en procesos electorales del PLN. Vinculación de inversiones familiares con los Arias. Críticas a la actual administración. Supuesto incumplimiento de militancia en el PLN para ser precandidato. Falta definición sobre Jornadas 4-3. |
| Ana Katharina Müller | Propuesta de reformas en Guías Sexuales | Pocos resultados de la Ruta de la Educación. Propuesta de reformas en Guías Sexuales. Renuncia al Ministerio de Educación. |
| Claudia Dobles (PAC) | Apoyo a la precandidata. Trayectoria y nivel de profesionalización de la precandidata. | Vinculación con el PAC. Proyecto del Tren Eléctrico planteado en la administración anterior. |
| Juan Carlos Hidalgo (PUSC) | Trayectoria como analista internacional. Presentación de la precandidatura Renuncia a una futura pensión de presidente. | Acusaciones por supuesta sustracción de banderas para la presentación de su precandidatura. Declaraciones en las que afirmó que el Fiscal General deba renunciar. Críticas a la propuesta del oficialismo y al actual gobierno |
| Gilbert Jiménez (PLN) | Movimiento en redes sociales que llama a apoyar al diputado Jiménez como opción opositora en la carrera presidencial. | Referencias al error del diputado al llamar “Turqueso” al gentilicio de Turquía. |
| Marvin Taylor (PLN) | Trayectoria profesional. | Posible “padrinazgo” de Figueres. Vinculación con el PLN. Denuncia por vallas donde en las que se solicita la renuncia de varias figuras políticas. |

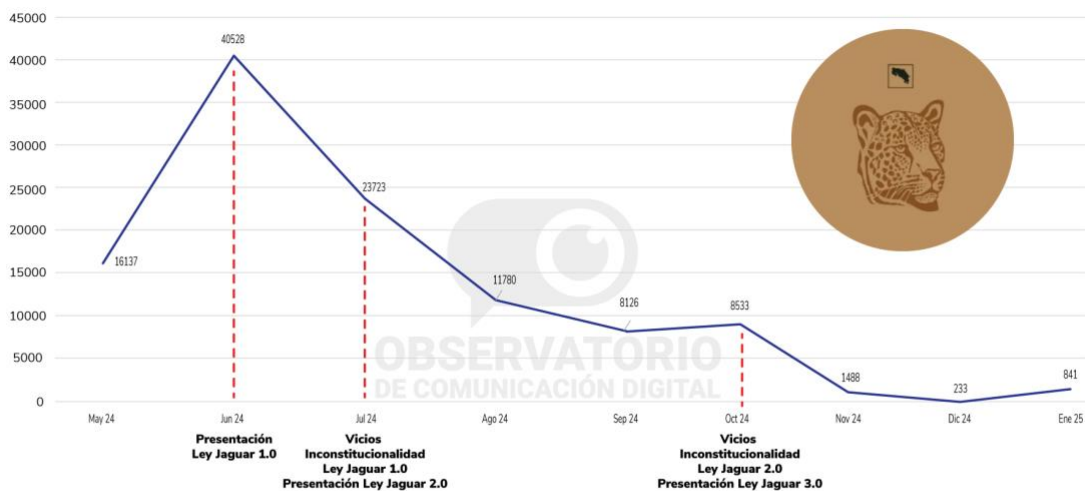
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

Por otro lado, el Observatorio de Comunicación Digital dio seguimiento al volumen de la conversación digital en torno a la denominada “Ley Jaguar” y la posibilidad de que este proyecto sea votado en un referéndum, el cual ha pasado a niveles de intrascendencia digital, considerando que en junio de 2024, cuando se presentó la propuesta, la conversación alcanzó un punto máximo con **40.528 menciones**. En julio, se mantuvo la conversación, pero disminuyó sustancialmente, registrando un total de **23.723 menciones**, como resultado de la sentencia de la Sala Constitucional la cual señalaba vicios de inconstitucionalidad en el proyecto y la posterior presentación de la “Ley Jaguar 2.0”.

La conversación digital continuó en descendiendo entre agosto y setiembre de 2024, hasta que en octubre de 2024 se observó un leve incremento, alcanzando **8.533 menciones** y está conectada con la presentación de una tercera versión de esta propuesta, criterios de Servicios Técnicos de la Asamblea Legislativa y algunas dudas del Tribunal Supremo de Elecciones sobre la necesidad y pertinencia de dicha propuesta.

Su punto mínimo de interés digital se registró en diciembre de 2024, con solo hubo **233 menciones** y para enero de 2025 la conversación aumentó a **841 menciones**, conectado a algunos comentarios esgrimidos por la Contralora General de la República quien afirmó que esta propuesta es “absolutamente innecesaria y carente de interés” y además, señaló que su aprobación representaría un retroceso en el modelo de fiscalización y un riesgo para el control de los fondos públicos.

A continuación, se presenta un gráfico que muestra la evolución del volumen de la conversación digital sobre este fenómeno, el cual alcanzó su máximo nivel de atención en el país hace medio año.



Volumen de menciones alrededor de la propuesta de referéndum y “Ley Jaguar”
Entre el 1 de mayo de 2024 y el 31 de enero de 2025
Fuente: Adsprend y Mention, enero 2025

c. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las transmisiones de las conferencias de prensa del gobierno en redes sociales?

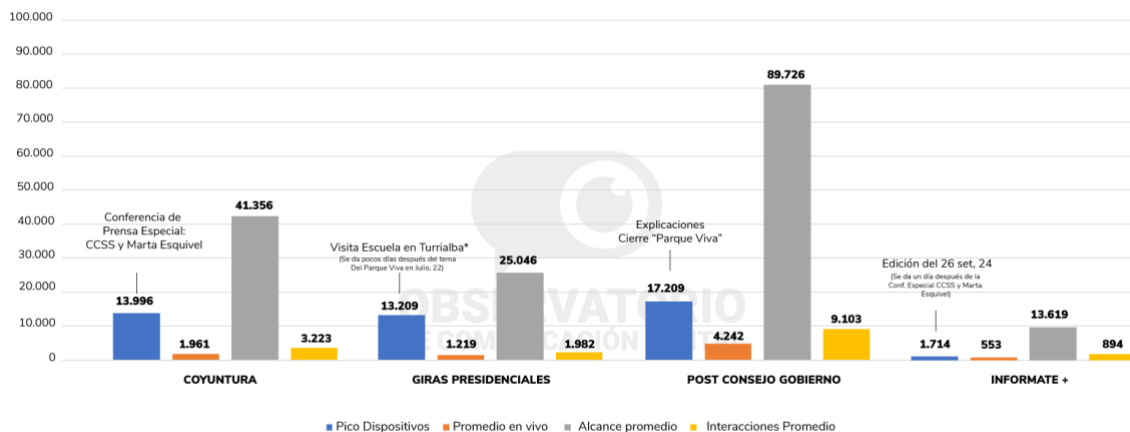
Las conferencias de prensa siguen desempeñando un papel crucial en la estrategia comunicativa de Casa Presidencial, ya que atraen la atención pública y sirven como plataforma para divulgar anuncios importantes sobre la gestión gubernamental. Este espacio no solo impacta en la agenda mediática, sino que también genera debates significativos en las redes sociales, fomentando el diálogo nacional sobre los temas tratados.

Desde el inicio de la Administración Chaves Robles, se han realizado **534 transmisiones a través de Facebook Live y YouTube Live**; clasificadas en cuatro categorías:

1. Conferencias de prensa sobre temas de coyuntura o emergencias del país (187) – **35,01%**
2. Giras presidenciales (159) – **29,77%**.
3. Conferencias de prensa tras el Consejo de Gobierno (104) – **19,47%**.
4. Noticiero “Infórmate +” (84) – **15,73%**.

Durante el periodo de análisis, la transmisión con mayor impacto digital fue la “Conferencia de prensa semanal del Presidente de la República, 22 enero de 2025”, en las que se presentaron las iniciativas del Ejecutivo sobre las “Pensiones de Lujo”. Esta transmisión alcanzó un pico máximo de audiencia de **10.421** dispositivos conectados, un promedio de **8.763** dispositivos durante la transmisión en vivo y un alcance total de **252.336** vistas en las 48 horas posteriores a su emisión.

A continuación, se describe el desempeño de cada categoría, donde las conferencias de los miércoles, siguen siendo las más relevantes en términos de audiencia, interacciones y posteriores visualizaciones.



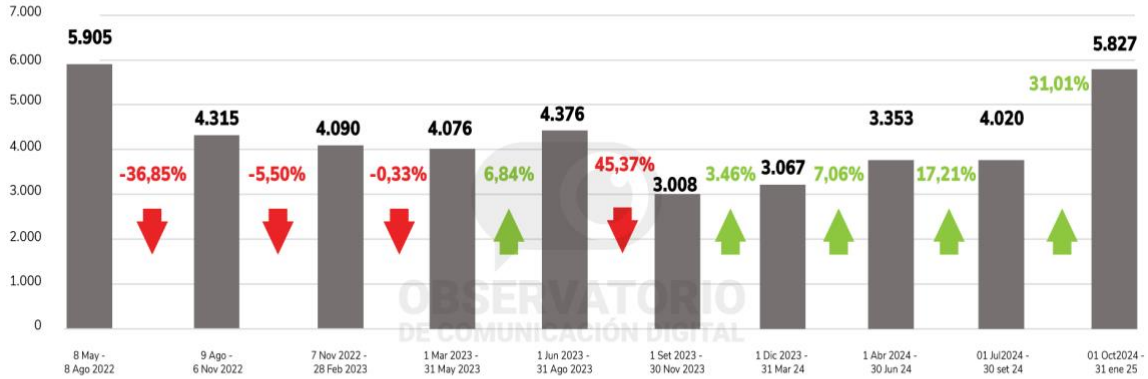
Desempeño de las transmisiones en vivo por redes sociales.

Administración Chaves Robles

Entre el 8 de mayo de 2022 y el 31 de enero de 2025

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

El siguiente gráfico detalla el desempeño de las transmisiones en vivo que ha realizado Casa Presidencial desde sus redes sociales, en cada uno de los reportes que ha realizado el Observatorio de Comunicación Digital desde que inició esta administración.



Desempeño del promedio de dispositivos conectados a las transmisiones en vivo por redes sociales.

Administración Chaves Robles.

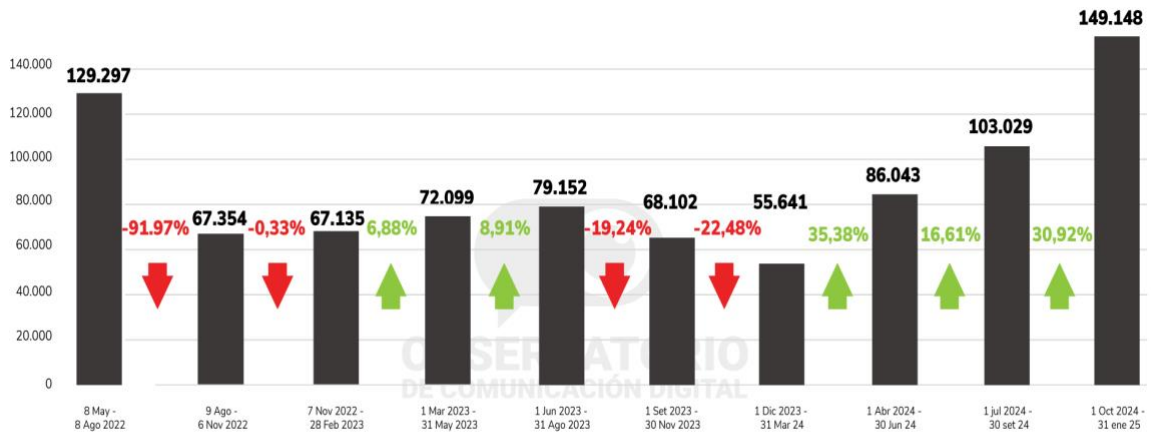
Entre el 8 de mayo de 2022 y el 31 de enero de 2025

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA



ULATINA
Powered by Arizona State University



Desempeño del alcance de dispositivos conectados a las transmisiones en vivo por redes sociales.

Administración Chaves Robles.

Entre el 8 de mayo de 2022 y el 31 de enero de 2025

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA



ULATINA
Powered by Arizona State University

Durante el último trimestre, el promedio de dispositivos conectados a las mencionadas conferencias de prensa aumentó un **31,01%** en comparación con el periodo de análisis anterior. Este es el mejor periodo, una vez pasados los “Primeros 100 Días” de la administración, pasando de **5.905** (mayo – agosto 2022) a **5.827** (octubre 2024 a enero 2025), una pérdida de solo **-1,34%**.

Por otra parte, el alcance (cantidad de dispositivos que vieron el contenido posteriormente), creció un **30,92%** en comparación con el periodo anterior de análisis anterior. Por primera vez en lo que va de la administración, este indicador superó el registrado durante los Primeros 100 Días, pasando de un alcance de **129.297** (mayo – agosto 2022) a **149.149** dispositivos de alcance (octubre 2024 a enero 2025), un crecimiento del **13,31%**.

A continuación, se muestra el desempeño de las transmisiones de las conferencias de los miércoles del Consejo de Gobierno:



AUDIENCIA PROMEDIO ANTES DE LOS 100 DÍAS **5.905** AUDIENCIA PROMEDIO OCT 24 A ENE 25 **5.827** **↓ -1,34%**

Promedio de dispositivos conectados "En Vivo" durante las conferencias de prensa del Consejo de Gobierno

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

ULATINA
UNIVERSIDAD LATINA



PICO DE AUDIENCIA ANTES DE LOS 100 DÍAS **17.209** PICO DE AUDIENCIA OCT 24 - ENE 25 **10.421**

Pico de audiencia de dispositivos conectados "en vivo" durante las conferencias de prensa del Consejo de Gobierno

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

ULATINA
UNIVERSIDAD LATINA



PICO DE ALCANCE ANTES DE LOS 100 DÍAS **129.297**

ALCANCE PROMEDIO OCT 2024 - ENE 2025 **149.148** ▲ 13,31%

Alcance que tuvieron las transmisiones de las conferencias de prensa del Consejo de Gobierno

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS CREATIVO

ULATINA
Presented by Arizona State University

d. ¿Cuáles son las personalidades políticas femeninas del país que han recibido más “violencia digital” entre octubre de 2024 a enero de 2025?

El Observatorio de Comunicación Digital ha incluido en su estudio de escucha social, el análisis sobre la violencia digital dirigida a mujeres en cargos políticos, basándose en estudios e informes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que abordan este tipo de hostigamiento. Este fenómeno se manifiesta principalmente a través de comentarios despectivos dirigidos a mujeres que ocupan roles en ministerios, la Asamblea Legislativa, la vicepresidencia y posiciones públicas. Con el objetivo de comprender mejor la naturaleza de estos ataques, el Observatorio ha elaborado una detallada clasificación de dichos comentarios.

Los principales motivos de violencia digital se distribuyen de la siguiente manera:

1. **Deslegitimación y denuncias de corrupción (31%):** La forma más frecuente de violencia digital se centra en deslegitimar a las mujeres en política, cuestionando su reputación y promoviendo denuncias de corrupción difundidas por los cibernautas.
2. **Amenazas a la integridad física (26%):** En segundo lugar, se encuentran las amenazas a la integridad física de las mujeres en política. Durante este período de análisis, se registró un caso especial que involucró amenazas de muerte dirigidas a dos diputadas, lo cual se detallará más adelante.
3. **Escarnio a las propuestas (22%):** En tercer lugar, los ataques a las propuestas impulsadas por mujeres en política representaron el 22 % de los casos analizados.
4. **Burlas sobre apariencia física y edad (20%):** En cuarto lugar, las burlas sobre la apariencia física y la edad de las mujeres en política representaron el 20% de los comentarios analizados.
5. **Otros (1 %):** Finalmente, se registró una categoría denominada "Otros" (1%), que incluye diversos tipos de violencia digital, como comentarios sobre vínculos partidarios, el rol tradicional de las mujeres en la sociedad y otros temas afines.



Tipificaciones de los comentarios negativos hacia figuras femeninas de la política en Costa Rica (1 de octubre de 2024 al 31 de enero de 2025)

Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS
CREATIVO



ULATINA
Powered by Arizona State University

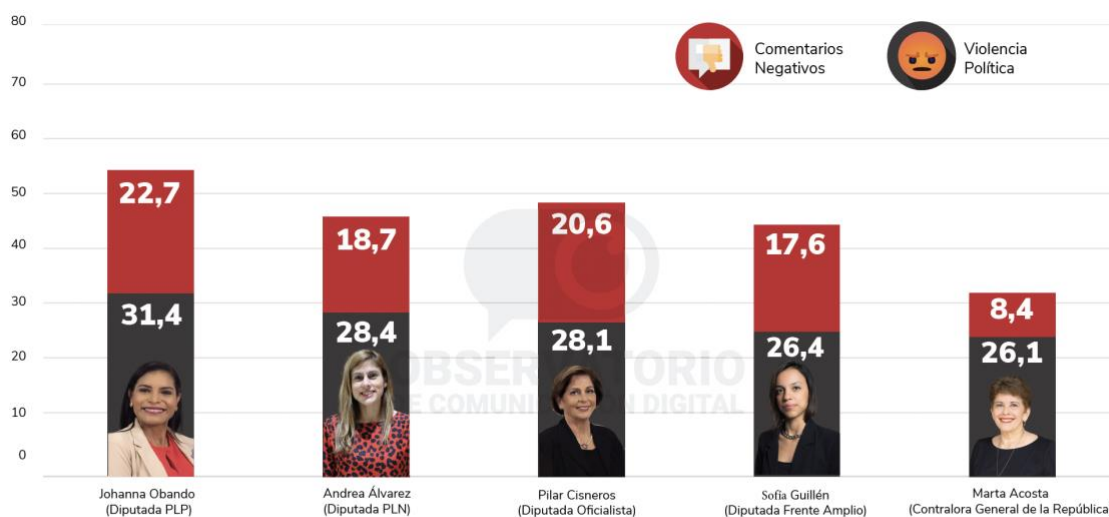
La figura femenina en actividad política que recibió mayor cantidad de violencia digital en este periodo de análisis fue la diputada Johanna Obando del Partido Liberal Progresista con **54,1%** de comentarios negativos, de los cuales **31,4%** cargados de violencia digital y que están vinculados con poner en tela de duda su reputación y amenazas varias, las cuales se dispararon con los reportajes que vinculan a la diputada en reuniones con Huawei Costa Rica.

En segundo lugar, aparece la diputada Andrea Álvarez del Partido Liberación Nacional con **47,1%** de comentarios desfavorables, de las cuales **28,4%** son violencia digital, que vino de la denuncia de una amenaza de muerte que hicieron varias diputadas en el mes de octubre.

En tercer lugar se ubica la diputada oficialista Pilar Cisneros con **48,7%** de comentarios negativos, de los cuales un **28,1%** están relacionados con sus intervenciones en el plenario, donde increpó a la diputada Sofía Guillén y puso en tela de duda su profesionalismo como economista.

En cuarto lugar, lo ocupa la diputada del Frente Amplio, Sofía Guillén con **44%** de comentarios negativos. De ese volumen, **26,4%** se categorizaron como violencia digital; los cuales tienen que ver con la discusión con la diputada Cisneros y una amenaza de muerte que recibió en octubre 2024.

Cierra esta lista la Contralora General de la República, Sra. Marta Acosa con un **34,5%** de comentarios negativos, de los cuales un **26,1%** fueron violencia digital, que se dispararon en enero 2025, cuando se publica una valla publicitaria donde piden su renuncia.



Detalle proporcional de los comentarios negativos y la violencia política en figuras políticas femeninas

Entre 1 de octubre de 2024 y el 31 de enero de 2025
Fuente: Observatorio de Comunicación Digital, enero 2025

KANTAR IBOPE MEDIA

CAMPUS
CREATIVO

ULATINA
UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA

* El Observatorio de Comunicación Digital es una iniciativa de la Universidad Latina de Costa Rica, en conjunto con las empresas Kantar IBOPE Media; el cual forma parte del quehacer académico de la institución universitaria. Sus resultados, informes, análisis y productos, se enmarcan por lo tanto dentro de las actividades formativas y de investigación universitaria.

Ni la Universidad Latina de Costa Rica, ni Kantar IBOPE Media, ni el Observatorio, tienen ningún interés de carácter político electoral con este análisis. Esta iniciativa no forma parte de ningún partido político, organización, alianza o grupo constituido con fines políticos electorales y su quehacer se limita al análisis y difusión de información sobre la realidad y evolución de los medios de comunicación digital, con fines académicos.

Los reportes que se generen periódicamente estarán disponibles en el sitio web de la Universidad Latina de Costa Rica y se generan a partir del uso de las herramientas especializadas de *social listening*, monitoreo de *rating* y reportes de *paid media* utilizadas por las agencias digitales y de publicidad alrededor del mundo, teniendo como limitaciones los siguientes aspectos:

- El informe de *Social Listening* no puede considerarse una encuesta de opinión pública, sino como la forma en la cual los costarricenses están respondiendo en la web pública (blogs, redes sociales con perfil público, medios de comunicación y sitios web públicos en general) en cuanto al monitoreo de las herramientas especializadas para este tipo de escucha; la cual tiene alcance y limitaciones a los términos y condiciones que cada red social ha impuesto a sus usuarios.
- La conversación en redes sociales; su revisión, categorización, etiquetado y otros afines es realizado y supervisado en forma diaria por un equipo de expertos en temas de analítica de datos digitales. Durante el proceso se descarta material que se categoriza como “spam” por

utilizar *hashtags* que solo desean ingresar a la conversación, sin aportar elementos reales a la misma o aquel contenido que proviene de cuentas que por sus características técnicas se pueden catalogar como “*trolls digitales*”.

- El informe de Paid Media, parte de la inversión en medios ATL y Digital se circunscribe a las tarifas plenas de publicidad en los medios y no incluye descuentos u otros beneficios acordados entre los partidos, agencias y medios de comunicación.
 - La entrega de *ratings* se basa en información de GAM, con un universo de hogares de **828 mil** personas entre los 12 y 99 años, de una población total de 2,534 000 personas. Se hará referencia al evento, pero no al canal donde fue transmitido.
-