



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN

MONOGRAFÍA

Representación Social del Facebook de los Noticieros Locales en el Marco
de las Elecciones Regionales en la ciudad de Bluefields en el año 2019

Para optar al título de:
Licenciatura en Comunicación Intercultural

Autores:

Br. Julio Alfredo Oporta Arauz
Br. Sindy Laleska Hernández González

Tutora:

MSc. Diana Joyas Zamora

Bluefields, RACCS
Septiembre del 2019

UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN

MONOGRAFIA

Representación Social del Facebook de los Noticieros Locales en el Marco
de las Elecciones Regionales en la ciudad de Bluefields en el año 2019

Para optar al título de:
Licenciatura en Comunicación Intercultural

Autores:

Br. Julio Alfredo Oporta Arauz
Br. Sindy Laleska Hernández González

Tutora:

MSc. Diana Joyas Zamora

Bluefields, RACCS
Septiembre del 2019

Dedicamos este trabajo a Dios nuestro padre celestial, por ayudarnos a vencer todos los obstáculos y tropiezos que nos tocó enfrentar durante estos cinco largos años, por darnos fuerza y sabiduría para lograr concluir esta investigación documental.

A nuestros amados padres por el apoyo incondicional que nos han brindado, con su esfuerzo y dedicación, nos han hecho una persona mejor y nos apoyan siempre a seguir cada uno de nuestros sueños.

A nuestros maestros que durante los cinco años de preparación profesional nos brindaron su paciencia, cariño, comprensión y amor en estos años de formación.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la virgen santísima por permitirme culminar una de mis mejores sueños y metas.

A mis Padres por el amor incondicional que me brindan cada día.

A mis más grandes tesoros mis abuelitos Cecilia Dávila y Fermín González, porque siempre han estado ahí para mí con sus consejos y con su amor incondicional los amo.

A mis hermanas, Belky Hernández, Lasleen Álvarez y a mi sobrinito Leafar Benoit Hernández, ya que son el motivo de seguir adelante.

A mis maestros especialmente a Mariela Jackson y Diana Oporta, por ser segundas madres para mí, apoyarme siempre y corregirme en lo malo y lo bueno por sus consejos durante estos cinco años de preparación.

A mis amigos Julio Oporta, Bryan Ruiz, Jocelin Cortez, Isbianka Nicaragua, Adys Bravo, Jocelin Calero, Sra. Cruz Calero, Blanca Sequeira, Yolanda Garth y Ean Downs por brindarme una mano amiga y aconsejarme día con día.

A mis segundas hermanas Vania Cubillo, María Green y Elena García, por el amor, apoyó, consejo y confiar siempre en mí y estar conmigo.

A mi prima Marina González Garay, gracias por estar siempre aconsejándome, apoyándome cada instante de mi vida, por siempre estar ahí para mí como una hermana, amiga y prima.

Y a cada una de las personas que creyeron en mí y siempre me animaron hacer lo mejor de mí.

A mí porque a pesar de cada una de las dificultades y obstáculos que tuve en la vida no me di por vencida y seguí adelante luchando día a día.

A ti virgencita santa que me has concedido uno de mis grandes anhelos de conocer a mi padre.

“Termine una meta, pero la lucha continua cada día más.”

Sindy Laleska Hernández González

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme dado la vida, sabiduría y entendimiento para poder terminar con mis estudios.

A mis papa por su apoyo incondicional durante los cinco años y, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional en la vida.

A mi mama por estar al pendiente de mí, que con sus llamadas me motivaba, aconsejaba y me ha apoyado siempre.

A los docentes por compartirme sus conocimientos y ser mis segundos ejemplos a seguir.

A mis amigos que durante nuestra formación siempre me han apoyado y aconsejado en los momentos que más lo necesite.

A mí mismo por no darme por vencido y lograr una de las metas.

Julio Alfredo Oporta Arauz

INDICE

RESUMEN	1
I. INTRODUCCION.....	3
II. OBJETIVOS.....	5
III. MARCO TEORICO	6
3.1 Representación Social	6
3.2 Redes Sociales	6
3.2.1 Redes sociales como espacios informativos	7
3.2.2 Facebook	8
3.2.3 Usuario	9
3.3 Medios de Comunicación.....	10
3.3.1 Valores éticos en los medios de comunicación	11
3.3.2 Relación entre medios de comunicación y la tecnología	12
3.3.3 Teoría de la Interacción	13
3.3.4 Teoría de la Percepción.....	14
3.3.5 Teoría de la Atribución.....	15
3.4 Noticiero “Solo Noticias” de Suyén Sánchez.....	16
3.5 Radio la Costeñísima	16
3.6 Radio Bluefields Stereo.....	17
IV. METODOLOGIA.....	19
4.1 Ubicación del estudio	19
4.2 Tipo de estudio.....	19
4.3 Enfoque teórico metodológico.....	20
4.4 Población y muestra.....	21
4.5 Unidad de análisis	22
4.6 Descriptores	22
4.7 Criterios de selección y exclusión	23
4.8 Métodos, técnicas e instrumentos.....	24
4.9 Delimitación y limitaciones del estudio.....	28

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	29
5.1 Representación Social en la plataforma Facebook en el contexto de elecciones regionales en la Costa Caribe Nicaragüense.....	30
5.2 Síntesis de las reacciones de los usuarios en Facebook.....	35
5.3 Valores éticos de usuarios y administradores.....	39
VI. CONCLUSIONES.....	46
VII. RECOMENDACIONES.....	48
VIII.LISTA DE REFERENCIAS	49
GLOSARIO.....	54
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS E IMÁGENES

Tabla 1. Notas Publicadas en el Facebook de La Costeñísima.....	57
Tabla 2. Notas Publicadas en el Facebook de Bluefields Stereo	57
Tabla 3. Notas Publicadas en el Facebook de Suyén Sánchez	58
Imagen 1. Facebook de Radio Bluefields Stereo, publicación del 04 de Marzo	60
Imagen 2. Radio Bluefields Stereo, reacciones de la publicación del 04 de Marzo...	60
Imagen 3. Facebook de La Costeñísima, publicación del 04 de marzo.	61
Imagen 4. La Costeñísima, comentarios de la publicación del 03 de marzo.....	61
Imagen 5. Facebook de Suyén Sánchez, publicación del 25 de febrero.....	62
Imagen 6. Suyén Sánchez, comentarios de la publicación del 18 de Enero.	62

RESUMEN

Esta investigación presenta las percepciones, valoraciones y/o comportamiento que tiene la población costeña con respecto al proceso de las elecciones regionales en la Costa Caribe de Nicaragua, esto basado en que las representaciones sociales se estructuran desde las subjetividades entorno a los fenómenos de comunicación, a los intercambios comunicativos y la interacción que se constituye con y a través de los medios.

El objetivo fue analizar las representaciones sociales de las plataformas de Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales en la Costa Caribe de Nicaragua en el año 2019, siendo esta la principal unidad de análisis, esta investigación responde a un enfoque cualitativo con tipo de estudio hermenéutica y de representación social, las técnicas utilizadas para el levantamiento de la información fue el monitoreo de medios de comunicación virtual, observación no participante y revisión documental, la investigación se desarrolló en la ciudad de Bluefields.

Los principales hallazgos de esta investigación, permitieron visualizar las interacciones desarrolladas entre los usuarios y las notas publicadas en relación a las elecciones regionales en la Costa Caribe Nicaragüense, en donde cada persona aborda de manera diferente cada noticia, por lo que fue inevitable percibir la falta de valores éticos entre algunos usuarios, la interacción social que las personas le confieren a los medios de comunicación en relación a las noticias que estos presentan establecen relaciones no productivas en torno a una problemática. Sin embargo, al ser las representaciones sociales una modalidad particular del conocimiento, basada en una serie de juicios e ideas que influyen en el comportamiento del individuo y que se valen del contexto en que se desarrollan, por lo que se podría indicar que las representaciones que se establecen en las plataformas de Facebook se ven enmarcadas por la actual crisis sociopolítica en la que se encuentra Nicaragua.

Palabras Claves: Representaciones Sociales, Medios de Comunicación, Redes Sociales.

ABSTRACT

The research presents the perceptions, assessments and / or behavior that the coastal population has in regards to the process of regional elections on the Caribbean coast, this based on the fact that social representations are structured from the subjectivities around the phenomena of communication, to the communicative exchanges and the interaction that is constituted with and through the media.

The objective was to analyze the social representations of the Facebook platforms of the local news of Suyén Sánchez, La Costeñísima and Bluefields Stereo Radio station, in the framework of the regional elections on the Caribbean Coast of Nicaragua in the year 2019, this being the main unit of analysis, this research responds to a qualitative approach with a type of hermeneutic study and social representation, the techniques used for the collection of information was virtual media monitoring, non-participant observation and documentary review.

The main findings of this research, allowed the visualization of the interactions developed between the users and the notes published in relation to the regional elections, in which, each interested party addresses each news differently, so it was inevitable to perceive the lack of ethical values among some users, the social interaction that these people confers to the media in relation to the news they present establish non-productive relationships around an issue. However, as social representations are a particular modality of knowledge, based on a series of judgments and ideas that influence the behavior of the individual and that use the context in which they are developed, for which it could indicate that the representations that are established on Facebook platforms are framed by the current socio-political crisis which Nicaragua is facing.

Keywords: Social Representations, Media, Social Networks.

I. INTRODUCCION

Actualmente se vive en un mundo en donde se espera que la transparencia forme parte de todo proceso político y administrativo, para lo cual la nitidez debe ser una exigencia y demanda ciudadana, en donde las redes sociales han jugado un papel fundamental en la divulgación de estos procesos, inclusive se ha observado que medios tradicionales como la radio, la televisión y prensa escrita obtienen y divulgan información a partir de lo publicado en las redes sociales.

Las Redes Sociales en especial Facebook se ha valido de muchas técnicas para influir en la población, esta plataforma tiene gran incidencia en la vida de las personas, a tal punto que hoy en día se hace indispensable para sus usuarios el acceder a este espacio. Como medio de comunicación masivo, facilita la publicidad de servicios y productos de quien lo requiera, en este sentido, desde el ámbito político se comparte publicidad, ya sea creados por algún partido, o bien, como transmisión pagada. Hoy en día una comunicación importante se ejerce desde las redes sociales, ya que ha sido un elemento importante para mantener y mejorar las democracias actuales, es una forma en que los ciudadanos puedan ejercer la fiscalización necesaria del trabajo realizado por los diferentes partidos políticos.

Los medios de comunicación son actores sociales que asumen un determinado enfoque en el momento de transmitir información sobre el acontecer diario, en este sentido desde estos espacios se construyen representaciones de la realidad a partir de “encuadres noticiosos”, por lo que las publicaciones entorno a actividades políticas, como el de las recientes elecciones regionales de la Costa Caribe Nicaragüense, desarrolladas en marzo del 2019 causó revuelo en la población costeña – principalmente en Facebook, en donde han sido obvias las actitudes y manifestaciones (positivas y/o negativas) con respecto a los partidos políticos y los acontecimientos que suscitan alrededor de estos, siendo este el punto que condujo al desarrollo de esta investigación.

Normalmente, en procesos de elecciones se ven muchas opiniones a favor y en contra de los diferentes candidatos y candidatas que representan los distintos partidos políticos, dónde muchas personas optan por opinar desde sus respectivas redes sociales. En el contexto nicaragüense, en medio de la crisis sociopolítica que actualmente atraviesa el país, ha sido tema de controversia principalmente en estos espacios, tanto a nivel nacional como regional. Solo Noticias de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, son algunos de los medios de comunicación en la Costa Caribe Sur, específicamente de la ciudad de Bluefields, que en sus cuentas de Facebook publican información sobre este proceso electoral, creándose en estos espacios debates entre sus distintos usuarios que dejan ver diferentes reacciones en relación a dicho proceso.

Basado en lo anterior, el objetivo principal de esta investigación fue; analizar las representaciones sociales de las plataformas de Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales en la Costa Caribe de Nicaragua en el año 2019.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Analizar la representación social del Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales en la ciudad de Bluefields en el año 2019.

2.2 Objetivos específicos

- Monitorear la información publicada en Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales.
- Sintetizar las diferentes reacciones ante la información presentada en los Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales.
- Describir los valores éticos de los seguidores y de los administradores de las páginas del Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo.

III. MARCO TEORICO

3.1 Representación Social

La representación social constituye una modalidad de pensamiento práctico orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno, materia e idea. La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás. (Jodelet D, s.f.).

Por su parte Mora (2002) menciona que la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Es decir que las representaciones sociales son un proceso constructivo de conocimientos de carácter social, es una forma de conocimiento, elaborado, compartido por el grupo, que tiene una orientación hacia la práctica y, por consiguiente, orientado a la construcción de una realidad social. Por tanto, esas representaciones refieren a una serie de juicios e ideas que influyen en el comportamiento del individuo.

Inzunza Acedo (2016), explica que las representaciones sociales enfatizan con frecuencia la necesidad de observar los medios porque constituyen una parte inevitable en los procesos de construcción de estas representaciones en los individuos. Su importancia radica precisamente en la consideración no solo de los medios de comunicación masivos, sino que de otros procesos comunicativos (inter e intrapersonales) en la comprensión de la realidad que expresan los participantes.

3.2 Redes Sociales

Urueña, Ferrari, Blanco & Valdecasa (2011) menciona que las redes sociales son “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse,

compartir contenido y crear comunidades”, o bien, como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos”, en donde simplemente los individuos construyen un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articulan una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y de esta manera ver y recorrer una lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

En este sentido, Islas & Ricaurte (2013), indican que las redes sociales son un conjunto de actores que se relacionan e interactúan de manera virtual y que algunas de las relaciones fundamentales son los flujos de información, el intercambio de opiniones y la generación de conocimiento. Afirman que en estos espacios se han establecido como un método de estudio importante en investigaciones sociales, debido a su potencial de visualizar y analizar interacciones que revelan diversas propiedades de las interacciones entre grupos de actores.

3.2.1 Redes sociales como espacios informativos

Romo (2019), destaca que en la convergencia entre ciberperiodismo y redes sociales se conjugan los instrumentos que integran y establecen a internet como un novedoso sistema de comunicación tecnológica que ofrece:

- *Herramientas multimedia: Los periodistas digitales pueden instalar en las redes sociales contenidos multimedia, tales como videos, audios, imágenes, etc., simplificando de ese modo la estructura de la información.*
- *Hipertextualidad: El ciber periodista sitúa el hipertexto dentro del contenido de la información periodística redactada en las redes sociales, para que de ese modo el usuario se pueda enlazar o conectar, de manera directa, con la misma información ya publicada en la edición digital del medio de comunicación.*

- *Interacción: Bajo la cual el usuario puede establecer un vínculo con el medio de comunicación a través de sus comentarios. Esto no quiere decir que el individuo vaya a recibir una respuesta directa del mass media sino, más bien, en base a la información propalada por este, el usuario puede interactuar con los demás miembros de la red social interesados también en la misma noticia, promoviéndose así el intercambio de ideas, el comentario propalado por el usuario en las redes sociales no tiene en sí una restricción, es libre en todo su sentido.*
- *Permanente actualización: Al ser la inmediatez una de las características de la información periodística, las redes sociales permiten desarrollar de forma más viable esta perspectiva, puesto que el periodista es quien determina el momento oportuno para la publicación y renovación de los contenidos periodísticos en estas nuevas plataformas de comunicación tecnológica.*

Chaves Montero (2017), asegura que las redes sociales constituyen un elemento importante para mantener y mejorar las democracias actuales, considera que la comunicación va esencialmente relacionada con la acción política, de manera tal que el poder legislativo se abra a la sociedad y se entiendan y comprenden mejor todas las acciones, y que precisamente comunicar y explicar las acciones es la mejor forma de llegar a la sociedad y de ejercer de representantes de los ciudadanos. También es la mejor forma de que los ciudadanos puedan ejercer la fiscalización necesaria del trabajo realizado, es por ello que hoy en día una comunicación importante se ejerce desde las redes sociales.

3.2.2 Facebook

Moreno (2014), refiere que la red social Facebook, fue lanzada en febrero de 2004 por Mark Zuckerberg. Su evolución y desarrollo han dado lugar a numerosos libros e

incluso un film que relatan cómo se creó. El éxito de esta plataforma, fue un éxito que pronto se extendió su uso entre estudiantes de varias universidades en Estados Unidos – que en un principio era necesario darse de alta con una dirección de correo con extensión- alcanzando el primer millón de usuarios antes de finalizar 2004. En 2005 ya se abrió a cualquier usuario de más de trece años y supero los seis millones de registrados en todo el mundo.

Desde entonces, esta red social ha evolucionado mucho, y aunque durante los primeros años de existencia hubo cierta confusión y algunos usuarios debatían sobre la conveniencia de abrir, o bien, crear un perfil de una página, hoy en día no hay discusión ya que los usuarios crean un perfil; y las organizaciones, una página, la red diferencia entre uno y otro, y cada cual tiene funcionalidades específicas para adaptarse a las necesidades de cada tipo de usuario.

Urueña Ferrari, Blanco & Valdecasa (2011) destaca que Facebook llegó a ocupar - en el 2010 - el primer lugar dentro de las diez redes sociales más usadas en el mundo, con más 800 millones de usuarios, y casi el 40% de los usuarios acuden a esta red para complementar las noticias e información de interés, y que los usuarios que se conectan a través de telefonía móvil representan el doble de activos que los que se conectan a través de otros dispositivos.

3.2.3 Usuario

El diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2013) define el término usuario como “que usa algo”, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o servicio, ya sea privado o público. Urueña Ferrari, Blanco & Valdecasa (2011), mencionan que en las redes sociales un usuario refiere a la persona o grupo de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten.

En este sentido, los usuarios de las redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan información personal y la relación con otras personas, el acceso al contenido en estas cuentas suele estar condicionado por el grado de privacidad que dichos usuarios establezcan para los mismos.

Para efectos de esta investigación, un usuario es la persona o grupo de personas que acceden por medio de comentarios y reacciones, a una determinada información publicada en las plataformas de Facebook de los noticieros de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, en relación a las elecciones regionales de la Costa Caribe de Nicaragua.

3.3 Medios de Comunicación

La comunicación juega un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad en general, ya que esta tiene que ver con la forma en que las personas interactúan y cómo influyen los unos sobre los otros. En este sentido, los medios de comunicación constituyen el origen de la denominada cultura de masas o medios sociales, de donde se sustenta cultural e intelectualmente un alto porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea, ya que son generadores de nuevas tendencias, desde actitudes políticas hasta normas y valores, que favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas y realidades, enriqueciendo y diversificando las realidades locales. (Montaner, 2015).

Montaner (2015) indica que los medios de comunicación hacen referencia a las herramientas mediante las cuales las personas son capaces de transmitir una información, para lo cual es necesario que exista un emisor del mensaje y un receptor, es decir, para que la comunicación sea efectiva es imprescindible que exista un locutor de la comunicación y un interlocutor de esa idea. En efecto la comunicación es un fenómeno social que se basa en uno de los elementos más característicos del ser humano: su capacidad de lenguaje y comunicación.

El proceso de la comunicación se da como una serie de eventos que ocurren consecutivamente y en un orden y tiempo definidos. Los elementos del proceso de la comunicación humana son: el emisor (codificador), el símbolo, el mensaje (código), el receptor (decodificador), el canal, el ruido y la retroalimentación. (McEntee, 1998).

Para Serrano (2004), la comunicación pública es una “forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un sistema de comunicación, especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto”.

En definitiva, los medios sociales o de masas son todas aquellas herramientas que permiten hablar, escuchar, dialogar e interactuar con otros individuos, empresas e instituciones; son aquellos que permiten el contacto con una comunidad formada por personas con intereses a fines a otras o a las de las compañías para las que trabajan; y aquellas que destruyen el tradicional esquema de emisor y receptor y fomentan la interacción entre todos los usuarios, proponiendo un nuevo paradigma de comunicación. (Moreno, 2014).

3.3.1 Valores éticos en los medios de comunicación

Para la Organización de los Estados Americanos, OEA, (s.f.), los Códigos de Ética establecen normas de conducta profesional destinadas a los profesionales de los medios de comunicación en relación con la recopilación o comunicación de noticias.

Estos códigos han sido desarrollados por un alto número de asociaciones de periodistas y de medios de comunicación tanto a nivel interno como internacional. Los mismos han sido creados con el fin de convertirse en pautas voluntarias de conducta, que pueden ser adoptados por un medio de comunicación en particular o periodistas en general. Muchos medios de comunicación escriben sus propios códigos de conducta o ética, los cuales suelen hacerse cumplir a través de contratos de empleo.

En algunos medios de comunicación, los manuales de estilo u otro tipo de reglamentaciones son en realidad códigos de ética que pueden someter a un periodista a sanciones de trabajo. Publican sus códigos para hacerlos más accesibles al público e incrementar la "presión moral" en procura de su observancia.

La mayoría de los códigos contienen disposiciones esencialmente similares, entre ellas la prohibición de mentir o distorsionar noticias y causar perjuicios innecesarios a cualquier persona al difundir o recopilar información. También comprenden derechos afirmativos, como ser competente; ser independiente de "fuerzas políticas, económicas e intelectuales"; informar clara, precisa y equitativamente; servir a todos los sectores étnicos, políticos, sociales y de otro género que constituyen la sociedad; y "defender y promover los derechos humanos y la democracia".

Es recomendable que los medios de comunicación cuenten con sus propios códigos de manera de garantizar que el trabajo de los periodistas responda a pautas o conductas éticas establecidas, cabe destacar que los mismos nunca deben ser impuestos por los Estados ni por la ley. Los medios de comunicación tienen el derecho a elegir si adoptan o no un código.

3.3.2 Relación entre medios de comunicación y la tecnología

La comunicación como proceso humano ha cambiado de forma sustancial con la aparición de los medios de comunicación social o de masas. Con el desarrollo tecnológico que se ha producido en las últimas décadas se han dado cambios significativos en el proceso de comunicación, es decir, de haber sido una comunicación principalmente oral pasa a una comunicación escrita, que más tarde alcanzo la categoría audiovisual, lo cual establece un cambio no solo en la forma de comunicación, sino en los códigos utilizados y en la configuración tradicional del esquema; emisor – mensaje – receptor. Actualmente la comunicación y la tecnología constituyen un binomio elemental en la vida de las personas, ya que, en muchos

casos, se hace indispensable el uso de la prensa, radio, televisión, o bien, del Internet, y precisamente el Internet ofrece mucho más, brinda diversos servicios a sus usuarios que han supuesto una revolución informativa, y parte de esa revolución están las redes sociales, que han acaparado la atención entre los internautas y que se han convertido en fuente de información de muchas de las noticias que se ven y escuchan en los medios de comunicación. (Pellicer, 2013).

Por otro lado, Quiroz Pacheco (2014), menciona que para los y las comunicadores debe ser amplio el conocimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, debido a que estos instrumentos son la base del trabajo que estos realizan, puesto que su labor será más ágil al hacer un uso más variado de los elementos con los que cuenta para elaborar la información periodística. Es decir, el periodista que se desempeña en esta área debe conocer con mayor profundidad, en comparación con quienes laboran en otros espacios dentro de un medio de comunicación, sobre edición de material audiovisual, diseño fotográfico, elaboración de infografías, entre otros.

3.3.3 Teoría de la Interacción

Cubillas (2014) Explica que la teoría de interaccionismo simbólico, “Es una teoría perteneciente a la perspectiva micro sociológica. Es decir, la conducta del individuo está condicionada por sus interacciones sociales próximas. El interaccionismo simbólico pone en relieve que para entender al ser humano lo importante no es la conducta en sí, sino el significado que ésta tiene. La intención con la que actúa el emisor y la interpretación que le da a ese mismo acto el receptor, forman el significado de la conducta para cada parte de la interacción. A su vez permite transmitir información y expresar ideas, entender las experiencias propias y la de los otros, así como compartir sentimientos y entender el de los demás”.

La dimensión comunicológica de la interacción se ha definido desde enfoques muy distintos. Uno de ellos, el que pone el acento en las definiciones originarias del

término, es el que la vincula con la interacción. La comunicación, como fundamento de la interacción social, es el mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que llamamos sociedad. Es el principio básico de la organización social, y como tal, es requisito indispensable para las relaciones. Todo ello pone de manifiesto que la comunicación, antes que nada, es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de vincular. (Rizo, 2006).

3.3.4 Teoría de la Percepción

La percepción humana, McEntee (1998) cita a Sereno y Bodaken (1975), quienes mencionan que la percepción “es un proceso complejo por medio del cual seleccionamos, organizamos e interpretamos los estímulos sensoriales, de tal manera que tengan significado para nosotros”. En este sentido el proceso de la percepción humana, es un proceso “subjetivo, creativo y activo”, por el cual el individuo crea significados como resultado de mezclar ciertos estímulos, las tres etapas en el proceso de la percepción que ocurren casi simultáneamente, son; la selección, la organización y la interpretación de los estímulos externos e internos. En estas etapas se selecciona solo una parte de todos los estímulos después que se pueda percibir, organizar en la mente los estímulos seleccionados, y por último, interpretar lo recibido - al identificarlo y evaluarlo como positivo o negativo para la persona.

La percepción social, Porter (1972) citado por McEntee (1998) menciona que conceptualizando este tipo de percepción “es el proceso por el que asignamos significados a los objetos y eventos sociales que encontramos en nuestro entorno”.

El concepto de la percepción social incluye la idea que se tiene de uno mismo en el entorno, la identidad, así como la manera en que se percibe a las demás personas.

La identidad social se compone de varios elementos, como; las características demográficas de la persona, las organizaciones formales e informales de las que

forma parte, grupo a los que pertenece, incluyendo aquellos que puedan llevar estigma, así como los roles o papeles que desempeña. La percepción de las demás personas se suele denominar estereotipos, en cuya formación se puede reconocer un proceso de integración de la información, así como la tendencia a distinguir entre los llamados grupos internos y externos. (McEntee, 1998).

3.3.5 Teoría de la Atribución

McEntee (1998) menciona que la teoría de la atribución “explica por qué ocurren los malentendidos”. A menudo el receptor de un mensaje, verbal y no verbal, capta un significado no intencional de la fuente que a él no le agrada, y en lugar de aclarar el significado; es decir, de hacerlo explícito para los dos, decide actuar. La teoría de la atribución explica que los malentendidos como una diferencia entre el actor y el observador con respecto a la forma de percibir y la naturaleza y cantidad de información que los dos tienen acerca de la situación de comunicación en particular.

En estudio de psicología social se reconocen tres componentes de la actitud: el cognitivo, el afectivo y el conativo o conductual. El cognitivo se refiere a las ideas, creencias y percepciones que una persona tiene acerca de un objeto de actitud, mientras que el componente afectivo se refiere a las emociones que siente acerca de ello.

López, Parada & Simonetti (1995), mencionan que en el proceso de comunicación es posible distinguir por lo menos tres niveles de análisis diferentes: el técnico, el semántico y el pragmático. En el nivel técnico se analizan aquellos problemas que surgen entorno a la fidelidad con que la información puede ser transmitida desde el emisor hasta el receptor. En el semántico se estudia todo aquello que se refiera al significado del mensaje y su interpretación. Por último, en el nivel pragmático se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad del mensaje en tanto da lugar a una conducta.

Es importante destacar que en las teorías de la comunicación se desarrollan como una respuesta a los problemas técnicos del proceso de comunicación, aun cuando sus principios puedan aplicarse en otros contextos.

3.4 Noticiero “Solo Noticias” de Suyén Sánchez

El noticiero Solo Noticias de Suyén Sánchez fue creado en la plataforma de Facebook con el objetivo de mantener informada a la población costeña y más allá de las fronteras nicaragüenses, gracias a las redes sociales presentan al instante y en directo lo que acontece en la región.

Dada la exigencia de la población por saber de primera mano lo que ocurre, nació la iniciativa de hacer publicaciones en Facebook; notas acompañadas de fotografías o reportajes en vídeos. Cuentan con un grupo de colegas que se apoyan en la obtención de la información, ya que el único interés es informar a la ciudadanía de manera objetiva, oportuna e imparcial.

Esto ha permitido un acercamiento con la población, puesto que entre ellos mismos se dan a conocer muchas cosas que ocurren en la región. En la actualidad cuenta con 5 mil amigos y 10,179 seguidores, agradecen la confianza y credibilidad de los usuarios de Facebook en valorar el trabajo que realiza. (S. Sánchez, comunicación personal, 19 de marzo del 2019).

3.5 Radio la Costeñísima

La Costeñísima inició sus transmisiones en 2001, como una radio comunitaria de Bluefields, en la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS), de Nicaragua. Con la frecuencia 101.3 FM, ha promovido espacios y programas con diversidad de opiniones y enfocados en la información, educación, cultura y entretenimiento de la audiencia. Se caracteriza por ser un medio independiente, crítico y ajeno a cualquier

interés partidario, ganando el primer lugar en preferencia y credibilidad de la comunidad.

En 2016 se estableció como el primer medio de comunicación multimedia de la Costa Caribe de Nicaragua, con un nuevo sitio lacostenisima.com y fortaleciéndose como medio líder en noticias, entretenimiento y reportajes culturales, turísticos e históricos del Caribe nicaragüense.

Su equipo de trabajo es joven y entusiasta y destaca por su compromiso con la producción de contenido responsable y de calidad, respetando y promoviendo la diversidad étnica y cultural del Caribe Sur, sus realidades, historia, personajes, cultura, tradiciones, destinos turísticos, gastronomía y demás atractivos. Como caribeños, están comprometidos con la defensa y promoción de la Autonomía Regional, el fortalecimiento de la identidad caribeña y el desarrollo de la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur de Nicaragua. (La Costeñísima, 2018).

3.6 Radio Bluefields Stereo

Bluefields Stereo se fundó el 8 de mayo de 1995. Su instalación obedeció a la necesidad imperante de que el naciente proceso de autonomía contara con un medio de comunicación radial, que pudiera servir de enlace y comunicación con los 12 municipios que conforman la región autónoma de la costa caribe sur.

Esta radio es propiedad del gobierno regional autónomo de la costa caribe sur, es un medio de comunicación, que desde su fundación se ha convertido en la voz oficial del gobierno regional en el sur nicaragüense, a través de la cual se ha informado a la población sobre el que hacer institucional de las estructuras económicas, las delegaciones de gobierno municipales, territoriales y comunales.

Su misión es contribuir en el fortalecimiento y desarrollo del proceso de autonomía de la costa caribe de Nicaragua, promoviendo la unidad en la diversidad, la

prevención de desastres naturales y la institucionalización de las estructuras autonómicas desde un enfoque multilingüe y pluricultural a través de su propuesta de comunicación comunitaria participativa.

Mientras que la visión de este medio de comunicación es que al ser una radio emisora institucional del gobierno regional autónomo de la costa caribe sur, ofrece servicios de comunicación y promoción del proceso de autonomía de las regiones autónomas del caribe nicaragüense, su programación se funda en los ejes de educación ciudadana, rescate y promoción de la multiculturalidad y multilingüismo regional, promover procesos relacionados con la educación, medio ambiente, prevención de desastres y comunicación para el desarrollo del caribe nicaragüense. (D. Mondragón, comunicación personal, 18 de marzo del 2019).

IV. METODOLOGIA

4.1 Ubicación del estudio

La ubicación de la investigación se llevó a cabo en la Ciudad de Bluefields, RACCS, y se concentra en el campo virtual, es decir en las plataformas de Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo.

4.2 Tipo de estudio

La investigación titulada “Representación Social del Facebook de los Noticieros Locales en el Marco de las Elecciones Regionales en la ciudad de Bluefields en el año 2019”, se llevó a cabo bajo el tipo de estudio hermenéutica.

Merlino (2009, p. 54), explica que hermenéutica pretende llegar al “entendimiento en una relación dialogal” en donde:

El entendimiento no llega virtud de la comprensión del dialogo aislado, sino a partir de una reconstrucción que lo sitúa en su historicidad e intersubjetividad. La hermenéutica es, metodológicamente, un mecanismo de comprensión de la intencionalidad del otro, intencionalidad que solo puede comprenderse en su contexto. Por eso, parte de la estrategia hermenéutica de conocimiento es que quien interpreta en el dialogo conozca ese contexto. Cuando el dialogo se establece con un texto, el sentido del texto le pertenece a él (al texto), pero además a quien procura comprenderlo.

El análisis hermenéutico ha tenido un importante desarrollo en diferentes campos sociales, como el educativo, económico, técnicos, filosóficos, entre otros. En estudios sobre audiencia y recepción han tenido como objetivo captar la intencionalidad del emisor y el sentido que le atribuye el receptor a lo que recibe. En cambio, en

investigaciones relacionadas a mecanismos de construcción del presente social y análisis hermenéutico de textos y diálogos mediados por las nuevas tecnologías, han propiciado a “nuevas formas de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras” (Merlino, 2009), es decir que, las investigaciones cualitativas con el tipo de hermenéutica se aproximan a la reflexión de forma independiente, ya que pretende un acercamiento a la interpretación correcta de las personas, es decir por su naturaleza interpretativa, permite estudiar la interpretación – valga la redundancia- de las personas ante cierta situación o hecho, permitiendo explicar las relaciones existentes entre un suceso y el contexto en el cual acaece.

4.3 Enfoque teórico metodológico

El enfoque metodológico de la investigación fue cualitativo. Merlino (2009) menciona que investigaciones con este tipo de enfoque pretenden tomar las decisiones adecuadas para articular y hacer explícitos los objetivos, medios y/o técnicas a implementar, buscando y definiendo estrategias para el cumplimiento de los objetivos planteados. En este sentido, el enfoque cualitativo conlleva al estudio y profundización del comportamiento del objetivo y explica las razones de los diferentes aspectos de ese comportamiento, describiendo las realidades del objeto, indagando en el por qué y el cómo.

Para Salinas y Gómez (2018), la investigación cualitativa en el campo de la comunicación, es una alternativa para desafiar al mundo digital, reconociendo siempre la importancia del contexto y de los procesos sociales, culturales, políticos y económicos que en su mediación con la comunicación permiten comprender los fenómenos contemporáneos.

Por otro lado la investigación responde al tipo de estudio sobre Representaciones Sociales, Merlino (2009) afirma que este tipo de investigaciones tienen el propósito de relevar las maneras diferentes de representar la realidad que tienen distintos grupos, es decir reflejan las diferentes formas de pensar la realidad social que

implican prácticas en común y hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel fundamental sobre cómo las personas piensan y organizan en la vida cotidiana en relación a eventos que se dan en un determinado contexto.

4.4 Población y muestra

La población y grupo meta estuvo constituido por usuarios de las plataformas de Facebook de tres noticieros locales de la ciudad de Bluefields; Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, de los cuales se tomó en cuenta solamente aquellas personas que interactuaron en esos espacios en las notas periodísticas relacionadas a las elecciones regionales de la Costa Caribe 2019, en el periodo octubre 2018 a marzo del 2019.

La población comprendió el total de seguidores con los que contó cada plataforma al momento de la investigación, la muestra considerada fue el 100% de los usuarios que interactuaron en estos espacios por medio de comentarios y/o reacciones ante las notas publicadas en el contexto de las elecciones regionales de la Costa Caribe, distribuyéndose en:

Suyén Sánchez; 11, 925 seguidores. 1,155 usuarios.

La Costeñísima; 27,187 seguidores, 232 usuarios.

Radio Bluefields Stereo, 24,965 seguidores, 270 usuarios.

Para un total de 64,077 seguidores, y 1, 657 usuarios.

4.4.1 Lugares y grupos seleccionados

Los lugares y grupos selecciones se desarrolló en los espacios virtuales, es decir en las plataformas de Facebook de tres noticieros locales de la ciudad de Bluefields que abordaron noticias en relación a las elecciones regionales y las reacciones de sus usuarios alrededor de este proceso.

Los medios seleccionados a criterio de los investigadores, fueron:

- Suyén Sánchez.
- La Costeñísima.
- Radio Bluefields Stereo.

Estos medios son espacios informativos de la localidad de Bluefields, fueron seleccionados considerando los siguientes puntos de vistas:

- Es de conocimiento público los comunicadores que forman parte de estos espacios.
- Evitar duplicidad de la información. El Facebook Noticias de Bluefields forman parte varios periodistas incluyendo Suyén Sánchez, quienes comparten entre sí las noticias que publican en sus distintos espacios.
- Se consideró que tanto Bluefields Stereo como Radio Zinica son medios del partido de gobierno, por lo cual se decidió abordar las notas periodísticas de la Bluefields Stereo como medio oficial del gobierno.
- La Costeñísima, por ser uno de los medios de comunicación más antiguos después de Radio Zinica y Bluefields Stereo.

4.5 Unidad de análisis

La unidad de análisis comprendió las informaciones que se publicaron en las plataformas de Facebook de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, en relación a las elecciones regionales, así como las reacciones de sus usuarios en relación a la nota.

4.6 Descriptores

Los descriptores de la investigación fueron:

- Representación Social en la plataforma Facebook en el contexto de elecciones regionales en la costa caribe.
- Constitución o conformación de usuarios.
- Reacciones de las y los usuarios.
- Valores éticos de usuarios y administradores.

4.7 Criterios de selección y exclusión

Para determinar los actores que formaron parte de la investigación, se definieron los siguientes criterios de selección e inclusión:

- Usuarios de Facebook de los noticieros locales de la ciudad de Bluefields, de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo.
- Usuarios de Facebook de los noticieros antes señalados que hayan participado u opinado en notas periodísticas en relación a las elecciones regionales.
- Usuarios que hayan participado en estos espacios y en relación a las elecciones regionales, durante el último trimestre del 2018 y primer trimestre del 2019.

Se excluyeron de la investigación aquellas personas que:

- No eran usuarios de las plataformas de Facebook de los noticieros locales de la ciudad de Bluefields, de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo.
- Usuarios de las páginas de Facebook de los noticieros antes mencionados y que no hayan participado y/o comentado en las notas periodísticas en relación al proceso de las elecciones regionales.
- Usuarios de estos espacios que hayan participado y/o comentado opiniones no relacionadas a las notas periodísticas sobre el proceso de las elecciones regionales.
- Usuarios de esos espacios que hayan comentado en algunas de las notas periodísticas en relación a las elecciones regionales después de concluido el primer trimestre 2019.

Dado que la información personal, laboral y profesional, proporcionada por las y los usuarios de redes sociales no siempre son fidedignas debido al uso de perfiles falsos y la mayoría son privados, se omitieron en la presente investigación la desagregación

de usuarios de las plataformas de Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, por localidad, sexo, etnia, escolaridad, afiliación política, condicional laboral y grupos etarios, tomándose en cuenta solamente los criterios de selección e inclusión planteados anteriormente.

4.7.1 Fuentes de información

Las fuentes de información se clasificaron en dos fuentes, siendo estas las siguientes:

- Fuentes primaria: administradores de las cuentas de Facebook y los usuarios que interactúan en ella.
- Fuentes secundarias: revisión de fuentes bibliográficas en Internet, Consultas de bibliografías y artículos científicos.

4.8 Métodos, técnicas e instrumentos

Los métodos que guiaron las técnicas e instrumentos implementados para la recolección, sistematización y análisis de la información fueron por medio de revisión documental o de literatura observación no participante y monitoreo de medios de comunicación virtual.

Hernández, Fernández & Baptista, (2014) mencionan que la revisión de la literatura “debe iniciarse desde el comienzo del estudio porque el conocimiento que brinda es útil para plantear el problema de investigación y posteriormente sirve para refinarlo y contextualizarlo”. En este sentido la revisión documental permite revelar, obtener y consultar las bibliografías y otros materiales, que conlleven al logro de los objetivos, de los cuales se recopilan datos relevantes y necesarios, puede llevarse a cabo a través de diferentes fuentes, como normativas, leyes, reglamentos y/o decretos, y otras fuentes de información bibliográfica relacionada con el tema de la investigación.

La observación cualitativa “implica profundizar situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente”. Hernández, Fernández & Baptista (2014, p. 399), señalan que los propósitos esenciales de la observación son:

- a) *Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan.*
- b) *Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan.*
- c) *Identificar problemas sociales.*
- d) *Generar hipótesis para futuros estudios.*

Dado el contexto en el que se enmarca la investigación, la observación tuvo un carácter de no participante, ya que los investigadores no tuvieron ningún tipo de intervención dentro del espacio donde se generó la información a recolectar, en este sentido los investigadores se limitaron a implementar la guía para el monitoreo de medios de comunicación para la recolección de la información que conllevó al procesamiento y análisis de esta, que a su vez permitió el cumplimiento de los objetivos.

Llano & Nina (2011), explican que los medios de comunicación constituyen una ventana para percibir la realidad a la que la ciudadanía no tiene acceso directo, puesto que son ellos los que identifican y priorizan sucesos o temas que dan a conocer al público, seleccionando a las o los actores de dichos sucesos convertidos en noticias. Diversas investigaciones, muchas referidas a la política y elecciones, han demostrado empíricamente que existe una relación entre la importancia que le asigna el público a determinados acontecimientos y el nivel de cobertura que les ha sido asignado por los mismos medios, por lo que un monitoreo de los medios de comunicación en un contexto electoral se ha convertido en un valioso instrumento para organizaciones democráticas, permitiendo impulsar y promover el desarrollo de

procesos electorales, a partir de la existencia de ciudadanos mejor informados, mediante la vigilancia del comportamiento informativo de los medios, a los cuales se demanda la observancia de los principios de la objetividad informativa y el tratamiento equitativo de los candidatos en la cobertura de sus campañas.

Para esta investigación el monitoreo a los medios se efectuó con los objetivos de sintetizar las reacciones de los usuarios de los noticieros seleccionados y describir los valores éticos de estos en relación al proceso de las elecciones regionales de la Costa Caribe, para lo cual se aplicó una guía de monitoreo implementado en investigaciones sobre redes sociales, para esos estudios el diseño de la guía permitió registrar información cualitativa para cada dimensión y variable, tomando en cuenta ejemplos concretos y transcripciones literales de los comentarios de usuarios de estos espacios. (Finkel, Gordo López & Guarino, s.f.).

Para el monitoreo se clasificaron las notas publicadas dentro del periodo de estudio por cada medio de comunicación, con el fin definir y/o identificar la cantidad de notas publicadas en el marco de las elecciones regionales de la Costa Caribe Nicaragüense, el monitoreo se realizó mensualmente, durante este se constató lo siguiente:

Mes 1, Octubre del 2019, se publicó solamente una nota en la plataforma de Facebook de Suyén Sánchez.

Mes 2, Noviembre del 2019, 3 notas, de las cuales se publicaron dos notas en la plataforma de Facebook de Suyén Sánchez, y una en La Costeñísima.

Mes 3, Diciembre del 2019, una nota publicada en el noticiero de Suyén Sánchez.

Mes 4, Enero del 2019, 6 notas publicadas, La Costeñísima publico una nota en su respectiva cuenta de Facebook, y en el de Suyén Sánchez 5 notas.

Mes 5, Febrero del 2019, 15 notas publicadas, una en La Costeñísima, 6 en Bluefields Stereo y 8 en el noticiero de Suyén Sánchez.

Mes 6, Marzo del 2019, 13 publicaciones, 2 de La Costeñísima, 3 de Bluefields Stereo y 8 de Suyén Sánchez.

El monitoreo efectuado permitió valorar la cobertura que los medios seleccionados para esta investigación le confirieron al proceso de las elecciones regionales de la Costa Caribe de Nicaragua y determinar o sintetizar las reacciones y comentarios realizados por los diferentes usuarios que permitieran conocer los valores éticos de estos, así como de los administradores de las cuentas de Facebook de esos medios.

4.8.1 Validez de instrumentos y datos

Para la validación de los instrumentos y datos se aplicó la guía de monitoreo virtual en tres notas de prensa al azar sobre el proceso de las elecciones regionales de la plataforma de Facebook de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, con el fin de determinar si la información recolectada en dicha ficha conduce al logro de los objetivos planteados. Una vez validado se reestructuró el formato con el fin de que dicha guía conduzca al análisis de la información en relación al tema de investigación y de sus objetivos.

4.8.2 Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos se procedió a la creación de una matriz tomando como punto de partida los objetivos y descriptores de la investigación, así como el marco teórico, dicha matriz se elaboró utilizando el programa informático Microsoft Office Word.

4.8.3 Aspectos éticos

Con la información recolectada en las plataformas de Facebook de los medios de comunicaciones de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, fue utilizada única y exclusivamente para efectos de la investigación, ya que se pretende analizar, describir, y sintetizar las actitudes, comportamientos, valores o ideas de los usuarios de estos espacios en relación a las elecciones regionales en la Costa Caribe de Nicaragua.

Se debe tener claro que ninguna red social es totalmente privada, desde que los medios de comunicación crean sus perfiles en estas plataformas para la divulgación de la información permitiéndoles el libre acceso a todas las personas que deseen ingresar y compartir las noticias que estos publican, se convierten en espacios públicos, donde los usuarios que entran a estas cuentas no necesariamente deben establecer algún vínculo o relación.

4.9 Delimitación y limitaciones del estudio

Las delimitaciones y limitaciones de la investigación fueron aquellos en que las y los usuarios de las plataformas de Facebook de los medios de comunicación locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, cumplieron con los criterios de selección y que los mensajes compartidos en estos espacios propicien el análisis de la información y el cumplimiento de los objetivos, es decir se limitó la utilización de imágenes y comentarios que no vayan de acorde al tema.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

Los resultados de esta investigación permitirán conocer las percepciones, valoraciones y/o comportamiento que tienen las y los usuarios de las redes sociales con respecto al proceso de las elecciones regionales en la Costa Caribe nicaragüense, en relación a la información posteada en las páginas de Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo.

Cuando el Consejo Supremo Electoral realizó la convocatoria para las elecciones regionales en la Costa Caribe de Nicaragua para llevarse a cabo en marzo del 2019, la noticia marco un punto de partida en distintos medios de comunicación y principalmente en las redes sociales para debates y manifestaciones de sus usuarios en relación a las convocadas elecciones, dejando ver valores, ideas y actitudes de las personas entorno a este proceso. (Álvarez, 2018. La Prensa).

Los medios de comunicación seleccionados para esta investigación publicaron en sus redes un total de 39 notas, para cuales tuvieron 1,197 reacciones, estas cantidades por noticiero se desagregan en:



Las notas varían en publicaciones de textos, fotografías y videos, las reacciones refieren a usuarios que indicaron con un “like” o el derivado de este, el agrado o no de la nota sobre el proceso de elecciones. Las reacciones son un indicativo de la cantidad de usuarios que leyeron la nota correspondiente.

De acuerdo a lo indicado en la metodología, se excluye de esta investigación datos de los usuarios desagregados por localidad, sexo, etnia, escolaridad, afiliación política, condicional laboral y grupos etarios.

5.1 Representación Social en la plataforma Facebook en el contexto de elecciones regionales en la Costa Caribe Nicaragüense.

Los distintos medios de comunicación son las herramientas que las y los comunicadores utilizan para la divulgación de las informaciones, el uso de las nuevas tecnologías como el internet ha creado una serie de plataformas virtuales, entre ellas; las redes sociales, en su efecto Facebook, la cual se ha convertido en un medio de información masivo. Islas & Ricaurte (2013), indican que por medio de estas redes se desarrollan flujos de información, intercambio de opiniones, la generación de conocimiento entre sus usuarios, permitiendo visualizar y/o analizar las interacciones que revelan precisamente entre usuarios y administradores de estos espacios, por lo que las representaciones sociales que surjan en relación con temas de interés en la población.

Las pasadas elecciones regionales en la Costa Caribe Nicaragüense, permitieron indagar la percepción que tienen las personas en relación a este proceso, que acceden a las plataformas de Facebook de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, valorando las concepciones que tienen los usuarios de estos espacios, tomando como punto de partida las primeras y últimas notas publicadas en relación a este proceso, con el fin de determinar un patrón de comportamiento en los mensajes publicados, basados en la situación sociopolítica en la que se encuentra actualmente Nicaragua.

Al inicio del proceso, los usuarios de La Costeñísima, no aportaron mucho conocimiento sobre la convocatoria de las elecciones regionales, en relación a la nota publicada el 20 de noviembre del 2018, la cual cita:

Los partidos políticos que participaron en las elecciones regionales autónomas en el caribe de Nicaragua presentaron este martes a sus candidatos a concejales regionales. El frente sandinista presentó ante el consejo supremo electoral sus candidatos a las 30 circunscripciones electorales del caribe norte y sur.

19 Personas leyeron la nota, de las cuales 2 usuarios se limitaron a hacer comentarios ambiguos con respecto al contenido de la publicación, asegurando que el proceso se trata nada más que un “circo electoral”, aparentemente no cobra relevancia, ya que no precisan en que se basan para indicar que se trata de un circo electoral – valga la redundancia – el termino por sí solo no representa alguna explicación o conocimiento con causa si existen irregularidades o no, o bien, si se debió realizar el proceso o no.

El noticiero de Suyén Sánchez publicó la primera nota sobre el proceso electoral el 30 de noviembre del 2018, en la que resalto lo siguiente:

Este viernes 30 de Noviembre, durante una asamblea de la juventud sandinista se hizo la presentación de las y los candidatos a Consejales Regionales por el Frente Sandinista de Liberación Nacional en representación del municipio de Bluefields.

El total de reacciones fue de 53, de los cuales 24 personas realizaron comentarios sobre la nota, 14 de ellos ilustraron con emoticones su agrado o desagrado con la noticia, uno reaccionó diciendo “No a la farsa”, los restantes comentarios fueron en agrado de dos de las candidatas, donde coincidieron en mencionar que de los 16 candidatos solamente uno de ellos es un “ciudadano de bien”...

...Profesora Ángela flete excelente economista gente de muy buenos principio y también profe Sofía una dama con espíritu altruista y con la

enseñanza de el saber a flor de piel....mi voto y el de mi familia concedido para para ellas dos...felicidades a las dos profe saludos todo lo que buscan es el cheque, nada más por que a la hora de tomar decisiones no cuentan.

De la Radio Bluefields Stereo se encontró su primera publicación relacionada al proceso de elecciones regionales, el día 11 de febrero del 2019, en la que expresa:

El pueblo de Bluefields respalda a candidatos de Alianza Unida Nicaragua Triunfa.

Los pobladores del barrio Santa Rosa de Bluefields, recibieron a Rubén López y Alba Vargas, candidatos a concejales regionales por la Circunscripción 3 (barrios Santa Rosa y Fátima), de cara a las Elecciones Regionales del 03 de marzo; las familias ratifican su apoyo al FSLN, Casilla 2.

Esta nota tuvo un total de 32 reacciones y dos comentarios, uno apoyando a los candidatos y otro en el que menciona que “todavía hay personas k creen en estas gentes”, sin dar mayor información de lo que conoce sobre los candidatos que se mencionan en la nota.

Una vez finalizado el proceso de las elecciones regionales, La Costeñísima compartió una publicación el 04 de marzo del 2019, en la que menciona que:

El Consejo Supremo Electoral (CSE), presentó este domingo 3 de marzo el primer informe preliminar de las Elecciones Regionales 2019 en la Costa Caribe de Nicaragua. “Un proceso que se desarrolló con mucha calma, con mucha tranquilidad, con mucha madurez de todos los participantes”, dijo el vicepresidente del CSE, comandante Lumberto Campbell.

Las reacciones fueron de 30 usuarios y de 10 comentarios, en los que el 50% mostraron su agrado y aseguraban la triunfo del partido del Frente Sandinista de Liberación Nacional (F.S.L.N)., los demás comentarios estaban orientados en dudar de la legitimidad del proceso, al igual que las apreciaciones anteriores; sin dar mayores detalles.

Por su parte en la plataforma de Facebook de Suyén Sánchez su última publicación en torno al proceso de elecciones, fue del 05 de marzo del 2019, en la que menciona que Rayfield Hodgson, candidato a concejal regional por el Partido Indígena Multiétnico (PIM) de los barrios Beholden, Pointeen y Old Bank, asegura que su fórmula obtuvo 156 votos "...según él al hacer la suma de la media mayor le permite a su agrupación política un escaño dentro del Parlamento Regional, sin embargo aduce que en el centro de cómputo regional no quieren reconocer que el PIM tiene más votos, para poder sacar un concejal".

En relación a esta nota 28 usuarios la leyeron, 22 comentaron al respecto, en donde el 100% coincidió en mencionar que el candidato mencionado debería de darle oportunidades a otras personas de la comunidad, los mensajes más relevantes fueron:

- *Que busque que trabajar ya mucho lo han mantenido. Vive de los dos negocios mas poderosos en Bluefields. La Politica y La Religión*
- *Que busque como vender helados o vivir de la ofrenda... pero que no se siga lucrando más del pueblo.*
- *Ya es tiempo de darle oportunidades a otras gente , eso me vuele esta buscando su propio beneficio ya no podras robar mas te llevo tu sabado.*

Finalmente, Bluefields Stereo en su publicación del 04 marzo 2019, compartió la siguiente nota con respecto a las elecciones regionales:

El pueblo habló en las urnas y aquí está celebrando. El FSLN de Bluefields celebra oficialmente la contundente victoria electoral del Caribe Sur con una enorme caravana vehicular que recorrió las calles. "Aquí la muestra de que el pueblo es Sandinista, aunque no les guste, aunque les duela, vamos a gobernar para todos", dicen los presentes.

Con esta nota tuvo un total de 75 reacciones y 12 comentarios, los cuales varían; 6 emoticones expresando alegría, un solo comentario en el que alude que “ellos” siempre estarán en el poder y que encontrarán la manera de tenerlo, sin mencionar mayores detalles, los restantes comentarios fueron en agrado de la nota, en donde mencionaron que el triunfo del partido en mención fue contundente y que estos mismos resultados serán para las elecciones presidenciales en el 2021.

Al relacionar las concepciones que tienen los usuarios de estos espacios con respecto a las elecciones electorales, tomando como punto de partida las primeras y últimas notas publicadas en relación a este proceso, es evidente el dinamismo que estos usuarios proporcionan en estos espacios con respecto a los comentarios que estos realizan, ya que se podría deducir que van enmarcados por la crisis sociopolítica en la que actualmente se encuentra Nicaragua, en donde es indudable que los usuarios son de dos tipos; uno en pro del gobierno y el otro la oposición.

Basado en esto, los usuarios comentaron en cada una de las notas según los conocimientos que estos mismos han adquirido ya sea por medio de noticieros locales, como de los nacionales, en donde se difunden un sin número de noticias en relación a la crisis sociopolítica y a partir de ahí toman sus propias ideas en relación a las pasadas elecciones regionales de la Costa Caribe Nicaragüense.

Mora (2002), afirma que las representaciones sociales son una modalidad particular del conocimiento, es decir son un proceso constructivo de conocimientos, las cuales refieren a una serie de juicios e ideas que influyen en el comportamiento del individuo, tienen una orientación hacia la práctica y, por consiguiente, orientado a la

construcción de una realidad del entorno, tomando en cuenta el contexto social, político, histórico y cultural en que se desarrollan. Es por ello que, comentarios como “donde están los puchitos” “circo electoral” “la fiesta de los zancudos” “vamos por más”, entre otros, podrán parecer ambiguos, sin embargo detrás de estas aseveraciones se les podría atribuir todas las noticias en el contexto de la crisis, a las que estos usuarios han tenido acceso y han adoptado como “verdad”, y por ende se han apropiado de esta a tal punto de expresar sus sentimientos y/o emociones entorno a todo proceso en los que tenga participación el gobierno y todas sus estructuras.

5.2 Síntesis de las reacciones de los usuarios en Facebook.

Las plataformas de Facebook de los noticieros locales utilizados para esta investigación tuvieron su respectiva afluencia por parte de los usuarios, las reacciones que tuvieron los usuarios con respecto a una determinada nota se clasificaron como positivas y negativas;

- ☞ Positivas, reacción; me gusta, asombra o me encanta.
- ☞ Negativas, reacción; me entristece, enoja o me divierte.

Por otro lado, se tomaron en cuenta los comentarios por parte de los usuarios con respecto alguna nota y la cantidad de usuarios que compartieron las notas, todo esto dentro de un periodo de 6 meses, los cuales comprendieron el último trimestre de 2018 y el primero del 2019.

Noticiero de Suyén Sánchez

La cuenta de Facebook de Suyén Sánchez posee 11,925 seguidores, durante el periodo de la investigación (6 meses) se divulgaron 25 notas relacionadas al proceso de las elecciones regionales, con un total de 1155 reacciones, de las 25 notas 9 de ellas tuvieron un mayor número de reacciones en relación a las restantes 16. De las

9 notas cuyas reacciones varían entre los 50 a los 120 usuarios, la mayor parte tuvo una reacción positiva en relación al contenido de la nota, las cuales refieren sobre la convocatoria de las elecciones, la presentación de los y las candidatas, cierres de campañas y resultados del proceso electoral.

La Costeñísima

La Costeñísima cuenta con 27,187 seguidores, publicando solamente 5 notas referentes a las elecciones regionales, las cuales obtuvieron 232 reacciones por parte de sus usuarios.

Dos de las notas tuvieron el mayor número de afluencia, estas notas publicaron información relacionada a:

Candidatos a concejales regionales autónomas de la circunscripción 4, que comprenden los barrios Central, El Canal y Punta Fría, salieron a su campaña política por la elección de sus representantes ante el parlamento regional. Nadia Valdez, del Comité de Liderazgo Sandinista del barrio Central, dijo que trabajan por la paz, la tranquilidad, amistad, y en familia.

Denuncias sobre irregularidades, desaparición de credenciales para fiscales, efectivos del Centro Penal de Bluefields votando en Juntas Receptoras de Votos que no les corresponden, entre otros, son los señalamientos que ya se formulan contra el proceso electoral de este 3 de marzo, denuncian políticos que participan en estas votaciones convocadas por el CSE.

La primera nota se publicó el 12 de febrero del 2019, la segunda nota fue del 03 de marzo del mismo año, en ambas notas se obtuvo más positivas que negativas.

Radio Bluefields Stereo

Por último, la plataforma de Facebook de la Radio Bluefields Stereo cuenta con 24,965 seguidores, durante el proceso de las elecciones regionales se publicaron solamente 9 notas, cuyas reacciones fueron 270, de las publicaciones realizadas destacan dos de las notas, la primera publicada el 27 de febrero del 2019 en donde se hace alusión a la afluencia que se tuvo durante el cierre de campaña del FSLN y preveían el gane de las elecciones, la segunda nota publicada el 04 de marzo se hizo referencia que el FSLN celebró oficialmente con una caravana por la ciudad de Bluefields, la “contundente victoria electoral”. Las reacciones en ambas notas fueron en agrado de los usuarios.

Las reacciones positivas para los tres medios de comunicación representaron la mayoría de los usuarios que tuvieron acceso a la nota, del total de escritos publicados la mayor afluencia de interesados que mostraron alguna reacción entorno a las publicaciones fueron satisfactorias donde a los que no le agrado representa una minoría.

Es evidente que las personas que mostraron algún desacuerdo con el proceso de las elecciones regionales en la costa caribe nicaragüense hacen la minoría, sin embargo, la interacción que brindan el medio a la población que accedió a una determinada noticia, en relación a ese proceso y mostraron su opinión al respecto con solo indicar el estado (me entristece, enoja o me divierte) con el captan la noticia. Tanto, usuarios que se mostraron positivos ante una determinada nota, como los que no, proporcionaron una conexión y relación entre el medio de comunicación y el conocimiento o sentimiento que les generó la noticia que se divulgaron en sus respectivos espacios de comunicación, como lo es en el caso de la plataforma de Facebook.

Romo (2019), destaca que la tendencia entre el Ciberperiodismo y las redes sociales se conjugan los instrumentos que integran y establecen el internet como un

novedoso sistema de comunicación que ofrece “Interacción”, es decir que el usuario puede establecer un vínculo con el medio de comunicación a través de sus distintas formas de expresión, ya sean estos por medio de comentarios, emoticones y/o reacciones, en donde además los usuarios interactúan con los demás miembros interesados en la misma noticia que se publica en la red.

En ese sentido se estableció una interacción en la que los usuarios de estas cuentas en Facebook, proporcionaron su pensar sobre noticias relevantes como el de las elecciones de las nuevas autoridades regionales, en donde la interacción consistió en mostrar una reacción positiva o negativa sobre la información posteada. En Facebook las reacciones que marcan los usuarios son formas de interactuar, de comunicar, o bien, de expresar sus sentimientos y/o emociones sobre alguna publicación en particular, estas reacciones se marcan por medio de un símbolo que expresa ese sentimiento del usuario. Cubillas (2014), explica que, en la teoría de interaccionismo simbólico, la conducta del individuo está condicionada por sus interacciones sociales próximas, es decir;

El interaccionismo simbólico pone en relieve que para entender al ser humano lo importante no es la conducta en sí, sino el significado que ésta tiene. La intención con la que actúa el emisor y la interpretación que le da a ese mismo acto el receptor, forman el significado de la conducta para cada parte de la interacción. A su vez permite transmitir información y expresar ideas, entender las experiencias propias y la de los otros, así como compartir sentimientos y entender el de los demás.

Los usuarios de las plataformas de Facebook de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo, establecieron una clara interacción simbólica con sus reacciones ante las notas publicadas en relación a las pasadas elecciones regionales de la costa caribe nicaragüense, sin embargo, otro aspecto a considerar dentro de la interacción es la percepción que se genera en relación a la publicación de la información y las reacciones ante estas. McEntee (1998) señala que la percepción

humana es un proceso complejo por medio del cual se selecciona, organiza e interpreta la información y los elementos que se adhieren a estas, para finalmente atribuirle un significado, en cambio, la percepción social es el proceso el que se le asigna significados a los objetos y eventos que se encuentran en el entorno, lo cual va dando paso a la identidad en un determinado contexto y a la manera en cómo se percibe a las demás personas.

Entonces, basados en las reacciones de los usuarios de las plataformas de Facebook de esos tres medios de comunicación se puede percibir que estos reflejan por medio de esas reacciones sus sentimientos y/o emociones en torno a las publicaciones que estos medios postean en relación a la elecciones electorales, en donde se podría atribuir que a estas reacciones se le suman factores externos como la crisis sociopolítica y las reformas y leyes que ha creado el gobierno a raíz de esta situación, y que de una manera u otra el comportamiento de los usuarios para estos tres medios de comunicación es el mismo, en el que unos expresan su apoyo al gobierno y otros que no, esto independientemente del contenido de las notas, las cuales para cada medio se abordan de manera distinta, pero se percibe el mismo comportamiento de los usuarios, en cuanto a sus reacciones.

5.3 Valores éticos de usuarios y administradores.

La Organización de los Estados Americanos, OEA (s.f.), refieren que los códigos de ética establecen “normas de conducta profesional” destinado a los y las profesionales de los medios de comunicación en relación a la recopilación y difusión de las noticias. Indican que la mayoría de los códigos contienen disposiciones esencialmente similares, entre ellas la prohibición de mentir o distorsionar noticias y causar perjuicios innecesarios a cualquier persona, también comprenden derechos afirmativos, como ser competente; independiente, informar clara, precisa y equitativamente, defender y promover los derechos humanos y democráticos. Recomiendan que los medios de comunicación cuenten con sus propios códigos que les permita garantizar un buen trabajo y que responda a pautas o conductas éticas

establecidas, las cuales no deben ser impuestas por los estados ni por la ley. Sin embargo, precisan que los medios de comunicación pueden establecer o no sus propios códigos de ética.

Es preciso mencionar que, la otra cara de los medios son las personas que acceden a las noticias y la forma en cómo se apropian de ellas, las redes sociales abren un amplio campo de intercambio de información entre usuarios y administradores de estos espacios, aunque normalmente la interacción se da con mayor frecuencia entre usuarios, y principalmente cuando se trata de temas de interés para la sociedad, y que obviamente las personas expresan diversos puntos de vista en relación a estos, llegando muchas veces a ofensas verbales sustentadas únicamente por los sentimientos y/o emociones de desagrado con respecto a los comentarios o reacciones de otros.

El noticiero de Suyén Sánchez fue creado en la plataforma de Facebook con el objetivo de mantener informada a la población costeña, informando a la ciudadanía de manera objetiva, oportuna e imparcial. (S. Sánchez, comunicación personal, 19 de marzo del 2019).

En el contexto de las elecciones regionales de la costa caribe nicaragüense en este medio se postearon 25 notas, las cuales abordaban el proceso de las elecciones sin brindar alguna opinión personal con respecto a la nota publicada, sin embargo, el comportamiento de algunos de sus usuarios en relación a las noticias se limitó en ofender a las personas y en utilizar palabras soeces, por ejemplo, en la nota publicada el 11 de febrero en la que menciona lo siguiente:

Rayfield Hogdson, fue electo por primera vez como Consejal Regional en el año 1994, desde entonces hasta la fecha se ha mantenido como el eterno Consejal.

Los comentarios alcanzados fueron 42, entre emoticones burlescos y comentarios ofensivos, de los cuales destacan:

- *Uno de los que se ha prostituido al ritmo que mejor le toquen. Triste realidad, así cuando vamos a avanzar... 1. Que ha hecho por las personas que representa? 2. No existe otra persona que pueda hacer algo mejor que él ?*
- *Momia sin vergüenza*
- *solo ver este pastor aleman. me cauza nauseas.*
- *Por eso le dicen el reveverendo diabolico porque tiene pacto con el diablo y la chamuca diabolica gana con los votos robados.*

El mismo comportamiento se observó en la nota publicada el 30 de enero del 2019, en la que expresa, que:

El PLC asegura que defenderá su voto liberal en las próximas Elecciones Regionales 2019.

Esta nota tuvo un total de 37 comentarios, que en su mayoría corresponden a emoticones con expresiones grotescas, y comentarios que expresan repudio al partido que menciona dicha nota, los comentarios que sobresalen se citan los siguientes:

- *Dice un dicho: quien me engaña una ves sinvergüenza es. pero si me engaña dos veces el sinvergüenza soy yo. el plc no es el problema. el problema son los dirigentes que han pactado bajo la mesa con el fsln. predicen ser oposicion y 6 diputados del plc votaron a favor para que gustavo porras sea el presidente de la chanchera entonces donde esta la oposicion?*
- *Payasos, ladrones, sinvergüenzas, no se cansan d robar?...los mismos lacras d siempre.*

Dentro de las dos notas es evidente el uso de expresiones ofensivas hacia algunas personas, que por medio de este tipo de mensajes expresan su inconformidad ante los candidatos, independientemente del partido político al que estos pertenecen.

La Costeñísima (2018), se define como un medio de comunicación independiente, crítico y ajeno a cualquier interés partidario, comprometidos con la defensa y promoción de la Autonomía Regional, el fortalecimiento de la identidad caribeña y el desarrollo de la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur de Nicaragua.

Es notorio que para el proceso de las elecciones regionales La Costeñísima no haya brindado mayor cobertura a este proceso, puesto que a lo largo de los seis meses que abarca la investigación solamente publico cinco notas referentes a la presentación de candidatos, apertura de campañas y presentación del informe preliminar por parte del Consejo Supremo Electoral, limitándose a informar sobre esos procesos sin realizar comentarios personales dentro de las notas, o bien, interactuar con algún usuario.

Las notas cuyos comentarios fueron insultantes varían en dos de estas, las cuales hacen alusión a la apertura de campaña del FSLN y la segunda a la presentación de candidatos a concejales regionales de la circunscripción 4, posteadas en las fechas del 19 de enero y 12 de febrero del 2019, en donde los comentarios para ambas notas coinciden en ofender a los y las candidatas mostrados en las imágenes relacionada a la nota.

Por su parte Bluefields Stereo, es un medio de comunicación propiedad del gobierno regional autónomo de la costa caribe sur, que desde su fundación se ha convertido en la voz oficial de esa instancia, a través de la cual informan a la población sobre el que hacer institucional, de las estructuras económicas, las delegaciones de gobierno municipales, territoriales y comunales, su programación se funda en los ejes de educación ciudadana, rescate y promoción de la multiculturalidad y multilingüismo

regional, promoviendo procesos relacionados con la educación, medio ambiente, prevención de desastres y comunicación, en función del desarrollo del caribe nicaragüense. (D. Mondragón, comunicación personal, 18 de marzo del 2019).

Tomando en cuenta el perfil institucional con el cual se identifica este medio de comunicación queda claro que las publicaciones que se compartan estén orientadas en promocionar la campaña política del partido de gobierno durante el proceso de elecciones, puesto que forma parte de sus funciones.

Los comentarios de los usuarios estuvieron en su mayoría en apoyo al partido FSLN, se podría indicar que este comportamiento se debe a que al ser un medio del gobierno lo más probable es que sus usuarios sean a fines a este, sin embargo, las emociones y sentimientos que algunas personas le confieren a un determinado partido dan lugar a comentarios ofensivos y soeces en relación al proceso de elecciones y a las personas que participan en estos.

De nueve notas publicadas se constató que en dos de ellas los usuarios además de mostrar apoyo al partido de gobierno no dudaron en ofender a personas que están en contra de ese gobierno, o bien, ofenderse entre sí mismos, la primera nota publicada el 27 de febrero exaltan la afluencia de personas que asistieron a la apertura de campaña del FSLN, y la otra nota publicada el 04 de marzo en la que hacen alusión a la celebración del triunfo de dicho partido, los comentarios varían en mencionar los siguientes insultos:

- *Ellos tienen el asiento y siempre encontrará una manera de mantener incluso ladrón es si ellos tienen que la única manera con ellos fuera es el día que dios los lleve de vuelta a la suciedad.*
- *Bno y la carabana de abtenciones??? Donde están*
- *puchitos de vagos*
- *ya no salen los autoconvocados.*
- *Viva viva el fsln viva nuestro comandante*

- *si lo son..ustedes los sandiratas ..son igual que el maldito de maduro ..podrido*
- *xq cegarte ante un régimen solo por no perder un empleo...eso se llama ser mediocre.*
- *Vos crees HP que todo lo que an echo los Ancianos Asesinos del Carmen Esta jente anda allí con La bandera de las cuatro Letras sólo que sean Zombis o anden pagados Porque la mayoría del Pueblo ya no quieren ver A los Ancianos corroñosos Asesinos del carmen..*
- *Solo ustedes tienen derecho parece porqué si el verdadero pueblo saca su bandera lo meten preso*
- *E l dolor de los derechistas de saber que el partido sandinista mantiene a su gente, solo el montón de ciegos q no quieren ver la realidad, aunque les duela a ese montón de Ardidos el FSLN seguirá adelante y arriba de esos decerebrados q no pudieron hacer nada.*

En los tres medios de comunicación se hace evidente la práctica de valores como el respeto, la tolerancia, el sigilo, entre otros, puesto que en ninguna de las notas publicadas los administradores de estas plataformas denigran a ninguna persona o partido político en particular. En cambio, los usuarios de estos espacios utilizaron expresiones extremadamente grotescas y subidas de tonos unas más que otros, se observó este comportamiento en los comentarios compartidos en las notas publicadas del Facebook de Suyén Sánchez y de La Costeñísima, en donde el uso de palabras soeces fue imperante, en cambio en el la Radio Bluefields Stereo, las ofensas fueron más que todo burlescas que ofensivas.

Es probable que este comportamiento se deba a que se hace más cómodo para los usuarios el no tener que interactuar físicamente con otros usuarios para poder ofender y calumniarse entre ellos mismos, muchos de los usuarios se valen de perfiles falsos para realizar ese tipo de comentarios.

Fue inevitable percibir la falta de valores como el respeto, la tolerancia y la libertad de expresión por parte de alguno de los usuarios de estos espacios, la interacción social que estas personas le atañen a los medios de comunicación en relación a las noticias que estos presentan establecen relaciones no productivas en torno a una problemática sociopolítica que actualmente se vive en Nicaragua.

Los medios de comunicaciones son puentes de información, de los cuales la población se debe valer para realizar sus propias conjeturas con respecto al acontecer, en donde se supone que debe imperar el respeto mutuo, ya que el uso de las redes sociales como medio de difusión masiva debería usarse responsable y productivamente, tomando en cuenta el alcance y cobertura que estas tienen.

VI. CONCLUSIONES

Por medio del monitoreo realizado sobre la información posteada en el Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y Radio Bluefields Stereo en el marco de las elecciones regionales de la Costa Caribe de Nicaragua, se logró identificar un total de 39 notas, para cuales tuvieron 1,657 reacciones, que fueron clasificadas en positivas y negativas, a su vez permitió realizar una síntesis de las reacciones de los usuarios ante una determinada nota, de las 39 notas identificadas 11 fueron las que tuvieron un mayor número de reacciones, las cuales se visualiza que se obtuvo satisfacción ante la nota.

Los usuarios que se mostraron positivos, como los que no, proporcionaron una interacción entre el medio de comunicación y el conocimiento y/o sentimiento que les generó la noticia, a las reacciones que mostraron estos usuarios se le podría atribuir el contexto sociopolítico el cual atraviesa Nicaragua y que de una manera u otra altera el comportamiento de los usuarios, es evidente que cada usuario aborda de manera diferente cada noticia, por lo que fue inevitable percibir la falta de valores éticos como el respeto, la tolerancia y la libertad de expresión por parte de alguno de los usuarios de estos espacios, la interacción social que estas personas le atañen a los medios de comunicación en relación a las noticias que estos presentan establecen relaciones no productivas en torno a una problemática que se da en un contexto determinado, puesto que comentarios ofensivos y burlescos no aportan a un intercambio de información basado en los conocimientos que estos puedan tener en relación al proceso de las pasadas elecciones regionales.

Sin embargo, al ser las representaciones sociales una modalidad particular del conocimiento, en donde cada persona crea sus propias subjetividades, en el contexto de las elecciones regionales de la Costa Caribe nicaragüense se podría indicar que estas representaciones que se dan en las redes en relación a este proceso electoral se ven enmarcadas por la actual crisis sociopolítica en la que se encuentra

Nicaragua, la cual abre un amplio debate poco constructivo entre sus usuarios, en donde se puede percibir la falta de tolerancia y madurez entre estos.

En cambio, no se logró identificar en las notas publicadas opiniones personales en torno a las pasadas elecciones regionales por parte de los administradores de estas plataformas, si no, solamente las reacciones y comentarios de sus respectivos usuarios en relación a estas.

Por otro lado, al tomar en cuenta un periodo de seis meses para monitorear las notas publicadas en los Facebook de los noticieros locales de Suyén Sánchez, La Costeñísima y de Radio Bluefields Stereo, se determinó que hubo una limitada cobertura, con poca información en cada nota publicada, para así brindarle mayor actividad a estos espacios en relación a las pasadas elecciones regionales, esto considerando las proporciones de los usuarios que leyeron la nota en relación a la cantidad de seguidores con los que cuenta cada plataforma. Otro de los aspectos que no abordaron estos medios fue entrevistas a candidatos y candidatas, a pobladores en general, publicar el plan de gobierno de cada plancha por circunscripción, o bien, presentar los resultados finales de este proceso, que permitieran un mayor debate entre sus usuarios.

VII. RECOMENDACIONES

Para medios de comunicación

- Informar con objetividad y profesionalismo las notas publicadas en las plataformas de Facebook.
- Monitorear las publicaciones realizadas y filtrar comentarios ofensivos o no relacionados a la nota, para evitar su publicación y propiciar el respeto a la diferencia de opiniones.
- Promover desde los medios de comunicación prácticas de valores, ya sea realizando pequeñas campañas de reflexión y respeto entre usuarios.
- Dar mayor cobertura a noticias de interés social, político y cultural que conlleven a la apertura de comentarios constructivos entre sus usuarios.

Usuarios de redes sociales

- Utilizar responsablemente estos espacios de comunicación.
- Practicar la tolerancia y el respeto hacia otras opiniones.

VIII. LISTA DE REFERENCIAS

Álvarez, L. (2018). CSE convoca votaciones regionales en medio de crisis en Nicaragua. La Prensa. Recuperado el 15 de mayo del 2019, de: <https://www.laprensa.com.ni/2018/08/27/politica/2464440-cse-convoca-votaciones-regionales-en-medio-de-crisis-en-nicaragua>

Cubillas Fontana, I. (2014). *Término CRIMIPEDIA: Interaccionismo Simbólico*. Recuperado 22 de mayo del 2019 de <http://crimina.es/crimipedia/wp-content/uploads/2015/05/Interaccionismo-Simb%C3%B3lico.pdf>

Chaves-Montero, A. (2017). *Comunicación Política y Redes Sociales*. Recuperado el 13 de marzo del 2019, de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/14553/Uso_efectividad_y_alcance.pdf?sequence=2

Diccionario de la lengua española. (2001). 22ª edición. Madrid: Real Academia Española. Recuperado el 25 de septiembre del 2019, de: <https://dle.rae.es/?id=bBsqKPc>

Dominick, J. R. (2006) *La dinámica de la comunicación masiva. Los medios en la era digital*. (8va Ed.) México. McGraw Hill.

Finkel, L., Gordo López, A. & Guarino, A. (s. f.). *La Investigación en las Redes Sociales: Una Propuesta Metodológica*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/11/papers/1653.pdf>

Flores, C. M. (2014). *Representación Social del Proceso de Autonomía Regional de la Costa Caribe de Nicaragua, en La Prensa y El Nuevo Diario, en 1990 y 2010*. (Tesis inédita de maestría en comunicación). Universidad De Las Regiones

Autónomas De La Costa Caribe Nicaragüense. (URACCAN). Bluefields, Nicaragua.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta Ed) México. McGraw Hill Education.

Inzunza-Acedo, B. E. (2016). *Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n29/0188-252X-comso-29-00185.pdf>

Islas, O. & Ricaurte, P. (2013). *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*. Recuperado el 9 de marzo del 2019 de <http://editorialrazonypalabra.org/pdf/ryp/InvestigarRedesSociales.pdf>

Jodelet, D. (s. f.). *La representación social: fenómeno concepto y teorías*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: <https://sociopsicologia.files.wordpress.com/2010/05/rsociales-djodelet.pdf>

Llano, B., & Nina, J. (2011.). *Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de monitoreo de medios*. Recuperado el 26 de septiembre del 2019, el: http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/idea_genero_cobertura_electoral.pdf

La Costeñísima (2018). Perfil del medio de comunicación. Recuperado el 10 de marzo del 2019, de: <https://www.facebook.com/lacostenisima/>

López, A., Parada, A. & Simonetti, F. (1995). *Introducción a la psicología de la comunicación*. Recuperado el 11 mayo del 2019 de: https://cs.uns.edu.ar/~ldm/mypage/data/ss/info/teoria_de_la_informacion2.pdf

Merlino, A. (2009). *Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales: Temas, problemas y aplicaciones*. Buenos aires. Cengage Learning Argentina 2009.

Montaner, M. 2015. *Diseño y Comunicación: Medios de Comunicación Social*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25178_87156.pdf

Mora, M. (2002). *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Recuperado el 13 de marzo del 2019, de: <https://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>

Moreno, M. (2014). *El Gran Libro del Community Manager*. España. Centro libros PAFP, S.L.U.

McEntee, E. (1998). *Comunicación intercultural. Base para la comunicación efectiva en el mundo actual*. México. McGraw-Hill.

Organización de los Estados Americanos, OEA (s. f.). *Ética de los medios de comunicación*. Recuperado el 16 de marzo del 2019, de: <https://www.oas.org/es/cidh/expresión/docs/informes/Ética/ETICA%20EN%20LOS%20MEDIOS%20DE%20DIFUSION.pdf>.

Pellicer Jordá, M. T. (2013) *La importancia de la tecnología para el ámbito de la comunicación. Historia y Comunicación Social*. Recuperado el 14 de marzo del 2019, de: <https://www.google.com/search?q=La+importancia+de+la+tecnolog%C3%ADa+para+el+%C3%A1mbito+de+la+comunicaci%C3%B3n.+Historia+y+Comunicaci%C3%B3n+Social&oq=La+importancia+de+la+tecnolog%C3%ADa+para+el+%C3%A1mbito+de+la+comunicaci%C3%B3n.+Historia+y+Comunicaci%C3%B3n+Social&aqs=chrome..69i57.3057j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8#>

Quiroz Pacheco, Y. (2014). *Las Redes Sociales como Herramientas del Periodismo Digital*. Recuperado el 16 de marzo del 2019, de: http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf.

Rizo García, M. (2006). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. Academia de comunicación y cultura*. México. Recuperado el 22 de mayo del 2019 de <http://www.redalyc.org/pdf/687/68710210.pdf>

Romo Bru, A. (2019). *23 ventajas y Desventajas de las Redes Sociales*. Recuperado el 13 de marzo del 2019, de <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/>.

Salinas, J. & Gómez, J. (2018). *La investigación cualitativa en la comunicación y sociedad digital: nuevos retos y oportunidades*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: https://www.researchgate.net/publication/325004636_La_investigacion_cualitativa_en_la_comunicacion_y_sociedad_digital_nuevos_retos_y_oportunidades_Qualitative_research_in_communication_and_digital_society_new_challenges_and_opportunities

Serrano, M. (2004). *La producción social de la comunicación*. (3era ed.) Madrid. Ciencias Sociales Alianza Editorial.

Sierra del Valle, M. A. (s. f.). *Las Redes Sociales; sus Riesgos y la Manera de Protegerse*. Recuperado el 15 de marzo del 2019, de: <http://bdigital.ces.edu.co:8080/jspui/bitstream/10946/1970/1/Articulo%20de%20grado%20de%20las%20redes%20sociales%20aprobado.pdf>

Urueña, A. Ferrari, A. Blanco D & Valdecasa, E (2011). *Las Redes Sociales en Internet. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI.* Recuperado 9 de marzo del 2019 de https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

GLOSARIO

ALN: Alianza Liberal Nicaragüense.

CER: Consejo Electoral Regional.

Ciberperiodismo: Nueva forma de hacer periodismo que surge a mediados de la década de los noventa se basa de internet, redes y dispositivos digitales para investigar, producir y publicar contenidos periodísticos.

Crisis sociopolítica: Falta de orden en el sistema político y la sociedad, desequilibrios en el enfoque macro sociopolítico de un país o una región.

CSE: Consejo Supremo Electoral.

Ética: Conjunto de costumbres y normas que dirigen o valoran el comportamiento humano en una comunidad.

FSLN: Frente Sandinista de Liberación Nacional.

Infografías: Combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.

Medios de comunicación masivo: Medios tecnológicos, que sirven para enviar mensajes, que van dirigidos a una gran cantidad de público, y que, pueden atravesar grandes distancias en un mínimo de tiempo. Con este tipo de medios, el receptor pierde su carácter de receptor “individual” pasando a llamarse “receptor colectivo”.

Medios de comunicación: Canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden.

OEA: Organización de los Estados Americanos.

PIM: Partido Indígena Multiétnico.

PLC: Partido Liberal Constitucionalista.

Postear: En los medios de comunicación y en Internet, se utiliza con frecuencia el verbo “postear” cuando se hace referencia a “publicar entradas o artículos” en la web, o bien, en las redes sociales.

RAE: Real Academia Española.

Representaciones sociales: Sistemas cognitivos con una lógica y enunciado propio. Dentro de estas representaciones sociales se encuentran estereotipos, creencias, afirmaciones o valores que ayudan a las personas a orientarse y dominar su medio social.

Telecomunicaciones: Trasmisión a distancia de datos de información por medios electrónicos y/o tecnológicos.

Valores: Características positivas de gran importancia que ayudan a las personas a ser mejores individual y socialmente.

ANEXOS

1. Instrumento aplicado



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN

GUIA DE MONITOREO VIRTUAL

Objetivo: Este instrumento se elaboró con el único propósito de recopilar información necesaria para la investigación titulada “Representación Social del Facebook de los Noticieros Locales en el Marco de las Elecciones Regionales en la ciudad de Bluefields en el año 2019”.

Fecha:	Plataforma de Facebook del noticiero:			
Numero de reacciones	Positivas	Negativas	Compartidas	comentarios
Título:				
Resumen De noticia.				
Ética profesional de redacción.	Se redactó en tercera persona si ___ no ___ Contiene opinión del periodista si ___ no ___			
Valores morales de usuarios.	Respeto ___ integridad ___ honestidad ___ Tolerancia ___			
Resumen de comentarios de los usuarios.				

2. Tablas de notas publicadas en el marco de las elecciones regionales, de los medios de comunicación seleccionados para la investigación.

Tabla 1. Notas Publicadas en el Facebook de La Costeñísima.

N°	Fecha publicación	Notas publicadas
1	04 marzo 2019	El Consejo Supremo Electoral (CSE), presentó este domingo 3 de marzo el primer informe preliminar de las Elecciones Regionales 2019 en la Costa Caribe de Nicaragua.
2	03 marzo 2019	Denuncias sobre irregularidades.
3	12 febrero 2019	Candidatos a concejales regionales autónomas de la circunscripción 4, que comprenden los barrios Central, El Canal y Punta Fría, salieron a su campaña política
4	19 enero 2019	El FSLN oficializó la apertura de su campaña política este viernes, en horas de la tarde.
5	20 noviembre 2018	Los partidos políticos que participaran en las elecciones regionales autónomas en el caribe de Nicaragua presentaran este martes a sus candidatos a concejales regionales.

Tabla 2. Notas Publicadas en el Facebook de Bluefields Stereo

N°	Fecha publicación	Notas publicadas
1	04 marzo 2019	El pueblo habló en las urnas y aquí está celebrando.
2	03 marzo 2019	No se puede detener la Revolución!!!
3	02 marzo 2019	Material Electoral sale de Bluefields hacia Punta Gorda, Monkey Point y otras comunidades al sur de los Campos Azules.
4	27 febrero 2019	Bluefields se desborda al acto de Cierre de Campaña Electoral del FSLN
5	25 febrero 2019	Trasladan material electoral de Bilwi hacia Waspam, para las Elecciones Regionales del próximo domingo 03 de marzo.
6	23 febrero 2019	llega material electoral al Caribe Sur para los comicios regionales
7	12 febrero 2019	Barrio Fátima (Circunscripción 3) recibe a candidatos de la Alianza Unida Nicaragua Triunfa, que encabeza el FSLN.
8	11 febrero 2019	El pueblo de #Bluefields respalda a candidatos de Alianza Unida Nicaragua Triunfa
9	03 febrero 2019	Apertura de Campaña de la Alianza Unida Nicaragua Triunfa que encabeza el FSLN, sólo cuatro barrios (Circunscripción 5) de #Bluefields éste domingo.

Tabla 3. Notas Publicadas en el Facebook de Suyén Sánchez

N°	Fecha publicación	Notas publicadas
1	5 marzo 2019	Rayfield Hodgson, candidato a consejal regional por el Partido Indígena Multiétnico (PIM) por los barrios Beholden, Pointeen y Old Bank, junto con su fórmula, obtuvieron 156 votos.
2	04 marzo 2019	Hayde Bautista, representante legal del Partido Indígena Yatama, en conferencia de prensa, informó que el proceso electoral.
3	04 marzo 2019	El Delegado de la presidencia en la Costa Caribe Sur, Ingeniero Johnny Hodgson, informó a este medio que el FSLN podría tener entre 32 y 33 consejales regionales.
4	03 marzo 2019	El Presidente Regional del Partido Liberal Constitucionalista (PLC) en la RACCS, Paúl González, informó sobre algunas anomalías que se han estado registrando dentro del proceso electoral.
5	03 marzo 2019	El Párroco de la Iglesia Católica, Floriano Seferino Vargas, ejerció su derecho al voto, mencionó que éste no es el momento oportuno para la realización de elecciones.
6	3 marzo 2019	¿Pueden o no votar los funcionarios movilizados de otras partes del país que ejercen acciones de seguridad como el Ejército, Policía, Sistema Penitenciario?
7	03 marzo 2019	jefe de campaña de la Alianza Liberal Nicaragüense (ALN), nos informa que 9 de sus fiscales y 3 de sus miembros para el centro de cómputo del Municipio de la Desembocadura de Río Grande, no fueron acreditados por el Consejo Electora
8	02 marzo 2019	A eso de las 2 pm de este sábado 02 de Marzo, salió del Consejo Electoral Municipal el material electoral que se usará en estas Elecciones Regionales 2019.
9	28 febrero 2019	El abogado costeño Owen Hodgson, asegura que la población no tiene motivación para participar en las próximas elecciones regionales 2019.
10	27 febrero 2019	El Frente Sandinista de Liberación Nacional en Bluefields, realizó su cierre de campaña este miércoles 27 de Febrero 2019.
11	25 febrero 2019	Este pasado sábado 23 de Febrero 2019, el Partido Liberal Constitucionalista (PLC), realizó su cierre de campaña, en los barrios Beholden, Pointeen y Old Bank de Bluefields.
12	23 de febrero 2019	Este sábado 23 de Febrero entrará a la ciudad de Bluefields, el material electoral que se utilizará en las Elecciones Regionales 2019
13	20 febrero 2019	A pocos días de las Elecciones Regionales el CER, presentó los dos centros de cómputo en el Caribe Sur

14	19 febrero 2019	La Asamblea Nacional de Nicaragua, aprobó con 73 votos de diputados sandinistas la reforma al artículo 196 de la Ley Electoral
15	11 febrero 2019	Rayfield Hogdson, fue electo por primera vez como Consejal Regional en el año 1994, desde entonces hasta la fecha se ha mantenido como el eterno Consejal Regional de los barrios Beholden, Old Bank y Pointeen de Bluefields.
16	10 febrero 2019	El Tortuguero se prepara para las elecciones regionales 2019
17	30 enero 2019	El PLC asegura que defenderá su voto liberal en las próximas Elecciones Regionales 2019.
18	23 enero 2019	Los candidatos a consejales regionales del Frente Sandinista de Liberación Nacional de la circunscripción # 3 abrieron su campaña
19	18 de enero 2019	El Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), en la ciudad de Bluefields, realizó su apertura de campaña de cara a los próximos comicios regionales 2019.
20	17 enero 2019	Este jueves 17 de Enero 2019, según el calendario electoral inician las campañas políticas de cara a las Elecciones Regionales 2019, previstas para el 03 de Marzo 2019.
21	4 enero 2019	Las campañas electorales iniciarán este 17 de Enero, el PLC ya se prepara para conquistar los votos de los costeños y costeñas que tendrán la oportunidad de votar en estas próximas Elecciones Regionales 2019.
22	9 diciembre 2018	El PLC se continúa preparando para las Elecciones Regionales 2019
23	30 noviembre 2018	Este viernes 30 de Noviembre, durante una asamblea de la juventud sandinista se hizo la presentación de las y los candidatos a Consejales Regionales por el Frente Sandinista.
24	03 noviembre 2018	El Partido Liberal Constitucionalista (PLC), realizó este sábado 03 de Noviembre las elecciones internas en la circunscripción # 2, 3, 4 y 5 para elegir a las candidatas y candidatos a Consejales Regionales.
25	17 octubre 2018	Consejos Electorales Municipales fueron juramentados este 17 de Octubre.

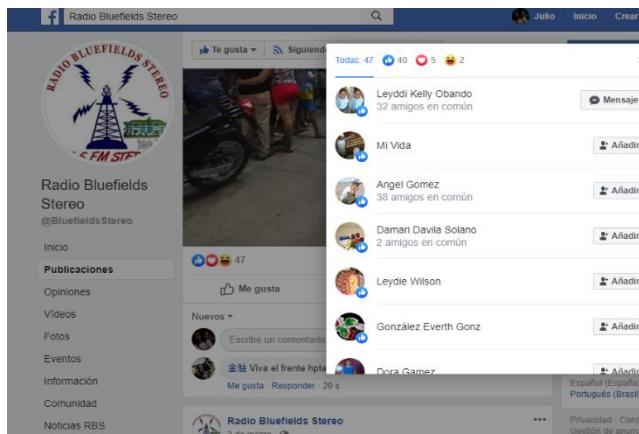
3. Imágenes: capturas de pantallas de algunas notas y comentarios publicados en el marco de las elecciones regionales.

Imagen 1. Facebook de Radio Bluefields Stereo, publicación del 04 de Marzo



Publicación del 04 de Marzo del 2019, tomado del Facebook de Radio Bluefields Stereo en donde comparte la nota “El pueblo habló en las urnas y aquí está celebrando”, se muestra en la imagen de la publicación una caravana de simpatizantes del partido Frente Sandinista de Liberación Nacional.

Imagen 2. Radio Bluefields Stereo, reacciones de la publicación del 04 de Marzo.



Publicación del 04 de Marzo del 2019, tomado del Facebook de Radio Bluefields Stereo, en la imagen se muestran las reacciones de las y los usuarios en relación a la nota titulada “El pueblo habló en las urnas y aquí está celebrando”.

Imagen 3. Facebook de La Costeñísima, publicación del 04 de marzo.



Publicación del 04 de Marzo del 2019, tomado del Facebook de La Costeñísima, en donde compartió que “El Consejo Supremo Electoral (CSE), presentó este domingo 3 de marzo el primer informe preliminar de las Elecciones Regionales 2019”, la imagen de la nota la acompaña un gráfico en donde muestra los resultados preliminares de este proceso por partido político y región.

Imagen 4. La Costeñísima, comentarios de la publicación del 03 de marzo.



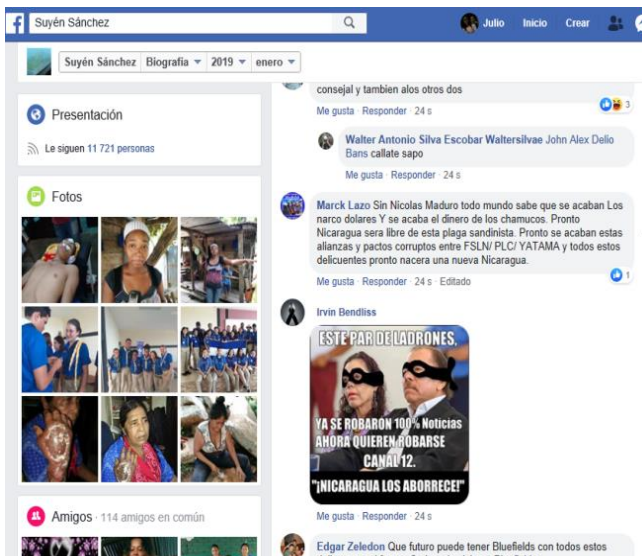
Publicación del 03 de Marzo del 2019, tomado del Facebook de La Costeñísima, en donde informó sobre “Denuncias sobre irregularidades”, en la imagen se muestran algunos comentarios de los usuarios, algunos burlándose, otros dudando del proceso electoral y otros en apoyo a la información presentada.

Imagen 5. Facebook de Suyén Sánchez, publicación del 25 de febrero.



Publicación del 25 de Febrero del 2019, tomado del Facebook de Suyén Sánchez, en donde comparte la nota “Este pasado sábado 23 de Febrero 2019, el Partido Liberal Constitucionalista (PLC), realizó su cierre de campaña...”, se muestra en la imagen una caminata de simpatizantes del partido antes mencionado.

Imagen 6. Suyén Sánchez, comentarios de la publicación del 18 de Enero.



Publicación del 18 de enero del 2019, tomado del Facebook de Suyén Sánchez, en donde se muestran comentarios ofensivos por parte de los usuarios de este espacio en relación a la nota “El Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), en la ciudad de Bluefields, realizó su apertura de campaña...”