

CONTENIDO

Estrategia y gestión político-institucional	3
Funciones de la Dirección General de Estrategia y Gestión Político-Institucional ...	3
Funciones principales de la Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos	3
Política Institucional de Comunicación	4
¿Qué es el análisis de información?	5
Conceptos básicos	5
¿Cómo es el proceso de apoyo al análisis de información?	6
Etapas del apoyo al análisis de información	6
Características del apoyo al análisis de información	7
La síntesis de información como apoyo al análisis	8
Pasos para realizar una síntesis efectiva	8
¿Qué es monitoreo y seguimiento?	10
Monitoreo	10
Características del monitoreo	11
Seguimiento	12
Características del seguimiento	12
¿Cómo mantener la información actualizada?	12
¿Qué es el proceso de escucha social?	14
Conceptos básicos	15
Etapas del proceso de escucha social	16
La escucha social en la Administración Pública	17
Dinámicas relevantes para el análisis y la gestión de datos	18
Conceptos básicos	18

Análisis y seguimiento a información contextual. 20

1. Democracy Index (Índice de Democracia)	20
2. V-Dem (Varieties of Democracy Index)	20
3. Freedom in the World (Libertad en el Mundo)	20
4. Freedom on the Net.....	21
5. Latinobarómetro	21
6. Barómetro de las Américas (LAPOP)	21

Seguimiento a la acción legislativa 22

Conceptos básicos	22
-------------------------	----

Estrategia y gestión político-institucional

La Dirección General de Estrategia y Gestión Político-Institucional fue creada con el objetivo de dotar de los insumos estratégicos relativos a su dirección política superior, que informe la toma de decisiones institucionales en ese ámbito. En este sentido, se establecieron las siguientes funciones principales:

Funciones de la Dirección General de Estrategia y Gestión Político-Institucional

- a) Aportar al Tribunal Supremo de Elecciones insumos relativos a su dirección política superior, que informe la toma de decisiones institucionales en ese ámbito.
- b) Proveer al Tribunal Supremo de Elecciones de análisis de coyuntura útiles para la definición de acciones que orienten la gestión institucional en su relacionamiento político externo.
- c) Ofrecer permanentemente recomendaciones sobre la base de análisis de datos, tanto de redes sociales digitales como de la investigación social disponible relevante para el Tribunal Supremo de Elecciones.
- d) Monitorear el avance de la discusión legislativa de los proyectos de ley referentes a la materia electoral.
- e) Dotar de coherencia estratégica a la comunicación interna y externa del Tribunal Supremo de Elecciones y a sus relaciones públicas con los distintos actores sociales.

Para lograr lo anterior, la Dirección se apoya en su unidad adscrita “Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos”, que se especializa en el manejo de datos para proveerle de insumos relevantes para la toma de decisiones y ejecución de acciones.

Funciones principales de la Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos

- a) Realizar el análisis de investigaciones sociopolíticas, electorales, y político-comunicacionales de organismos nacionales e internacionales, otros organismos electorales, y otras instituciones especializadas, para la definición de acciones que orienten el proceso de comunicación política y organizacional, a lo interno y externo del TSE.
- b) Dar seguimiento y analizar los proyectos de ley que se encuentran en la corriente legislativa, que tengan relevancia en materia político-electoral que puedan incidir en el accionar institucional.

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS
PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

- c) Analizar, sistematizar y gestionar la información y los datos obtenidos de la investigación en materia político-electoral, desempeño electoral, y otros temas relacionados, que impacten la labor del TSE.
- d) Dar seguimiento al comportamiento en espacios digitales, redes sociales, tendencias de la conversación pública, y los medios de comunicación digitales.
- e) Colaborar con la jefatura en la preparación de propuestas para la atención de requerimientos sobre situaciones del entorno vinculadas con la actividad político comunicacional del TSE.
- f) Elaborar informes sobre casos asignados por la jefatura relacionados con el análisis de aspectos sociopolíticos y electorales, para la toma de decisiones de mayor nivel y la ejecución de acciones específicas.
- g) Dar seguimiento a la información obtenida y a la data disponible, para que los procesos de toma de decisión y ejecución de acciones sean oportunos, por medio de procesos de tecnologías de la información y comunicación y formulando estrategias que permitan la optimización y utilidad de los datos.
- h) Generar soluciones tecnológicas orientadas a potenciar la información recolectada, que permita una mayor accesibilidad en la visualización y análisis de los datos.

Documento de referencia:

- Dirección Ejecutiva TSE. Estudio administrativo sobre la conformación de la Dirección General de Estrategia y Gestión Político-Institucional. Marzo 2023. Adjunto al oficio n.º DE-0597-2023.

Política Institucional de Comunicación

La Política Institucional de Comunicación de la Dirección General de Estrategia y Gestión Político-Institucional busca establecer los lineamientos generales para que los procesos de comunicación del TSE, a lo interno y externo, se generen según la identidad y valores institucionales a través de acciones planificadas, coherentes y responsables, con los diferentes públicos de interés.

Para ello, establece como uno de sus objetivos específicos, procurar la información veraz, a través de acciones tendientes al análisis del entorno y de información, así como la gestión de datos, que permitan, entre otras cosas, generar insumos de contenido para la toma de decisiones comunicacionales, combatir la desinformación para evitar posibles situaciones sensibles que surjan de la institución, que puedan generar confusión y/o que pongan en entredicho el discurso e identidad, credibilidad y reputación organizacional. Este es justo el ser y quehacer de los procesos de análisis de información y gestión de datos que se realizan desde la Unidad anteriormente descrita.

En esta misma línea, uno de los lineamientos que se definen en la Política es la Lucha en favor de la información veraz y combate a la desinformación en el que se determina

que la institución establecerá los mecanismos a su alcance para combatir acciones desinformativas que puedan surgir en relación con el quehacer institucional, a través de procesos de formación, información y reacción tendientes a fortalecer el mensaje y la visión institucional de manera clara y coherente. Además, definirá acciones de mitigación para contrarrestar los efectos negativos que puedan generar las situaciones de desinformación sobre la identidad y rol institucional, lo anterior en pro de la estabilidad de los procesos electorales y el sistema democrático del país.

Y, como una de las acciones a implementar para el cumplimiento de dicho lineamiento está que la Dirección, a través de las dependencias a su cargo, deberá hacer un seguimiento constante de actividades tendientes a la desinformación electoral o contra la imagen institucional, que permitan la detección de temas sensibles y generación de insumos para la toma de decisiones y atención temprana de estos.

Documento de referencia:

- Política Institucional de Comunicación. POL-TSE- 10-v01.

¿Qué es el análisis de información?

El análisis de información es el proceso de recolectar, examinar, interpretar y evaluar datos o información para obtener conclusiones, identificar patrones, tendencias, relaciones y tomar decisiones informadas.

El propósito del análisis de información es transformar datos crudos o sin procesar en conocimiento útil que pueda ser aplicado de manera efectiva para resolver problemas, mejorar procesos, o guiar estrategias. Este proceso no solo implica la interpretación de datos, sino también la capacidad de extraer significados más profundos y sugerir acciones a partir de esos resultados.

Conceptos básicos

1. **Datos:** los datos son hechos, cifras o elementos sin procesar, no tienen un significado por sí mismos hasta que se interpretan. Los datos pueden estar en diferentes formatos, como números, textos, imágenes, etc.
2. **Información:** la información es el resultado de procesar, organizar y analizar los datos para que tengan un significado y sean útiles en la toma de decisiones.
3. **Análisis:** es el proceso de examinar detenidamente los datos e información para identificar patrones, relaciones, tendencias o problemas. Se busca obtener

conclusiones o *insights* que ayuden a comprender mejor una situación o problema.

4. **Interpretación:** es el acto de darle sentido a los datos e información a partir del análisis. Se busca comprender las causas, los efectos y las implicaciones de los datos.
5. **Tendencias:** son patrones o direcciones que muestran los datos a lo largo del tiempo.
6. **Patrones:** son estructuras repetitivas o regulares que pueden encontrarse en los datos. Identificarlos ayuda a entender cómo ciertos factores o variables se relacionan.
7. **Variables:** las variables son características o propiedades que se pueden medir o categorizar dentro de un conjunto de datos. Son los elementos que se examinan en el análisis. Pueden ser cualitativas (como género, opiniones) o cuantitativas (como cantidad de reacciones, cantidad de vistas).
8. **Fuentes de información:** son los lugares o medios de donde provienen los datos que se van a analizar, es decir el origen de los datos. Pueden ser internas (por ejemplo, bases de datos de la institución) o externas (por ejemplo, encuestas, estudios).

¿Cómo es el proceso de apoyo al análisis de información?

El apoyo al análisis de información es un proceso de asistencia y colaboración en la recolección, organización, revisión y estructuración de la información para que el análisis de dicha información pueda ser realizado de manera más eficiente y precisa. Aunque el proceso de análisis en sí es ejecutado por un analista, el apoyo contribuye significativamente a garantizar que los datos sean útiles, estén bien organizados y sean comprensibles.

Etapas del apoyo al análisis de información

1. **Recolección de datos:** el primer paso del apoyo al análisis es recopilar los datos que serán necesarios para el análisis. Esto puede incluir la búsqueda de fuentes de información (encuestas, informes, bases de datos, etc.), la recopilación de documentos, y la organización de la información en un formato adecuado para su análisis posterior.
2. **Organización y clasificación de la información:** una vez que se tiene la información, el siguiente paso es organizarla y clasificarla. Esto implica estructurar los datos de

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

manera coherente, como agruparlos por categorías relevantes, establecer criterios de priorización o preparar bases de datos que faciliten el análisis posterior. En algunos casos, esto también puede incluir la eliminación de datos irrelevantes o redundantes.

3. **Preparación de la información:** en esta etapa se trata de limpiar y procesar los datos para que sean lo más fáciles de manejar y analizar posible. Esto puede incluir la corrección de errores, la normalización de los datos (por ejemplo, asegurarse de que todos los datos estén en el mismo formato), y la verificación de la consistencia de la información.
4. **Presentación preliminar:** en algunos casos, el apoyo al análisis incluye la presentación preliminar de los datos en un formato claro y comprensible, como tablas, gráficos o informes resumidos. Esto facilita que el analista pueda hacer un análisis más profundo sin tener que trabajar desde cero.
5. **Identificación de patrones o tendencias preliminares:** aunque el análisis más profundo lo hará el analista, el apoyo puede incluir la identificación preliminar de tendencias o patrones dentro de los datos. Esto puede implicar observar anomalías o comportamientos relevantes en los datos que puedan ser importantes para el análisis posterior.
6. **Elaboración de informes preliminares:** después de preparar los datos, se pueden elaborar informes preliminares que resuman los hallazgos o puntos clave encontrados en la información recopilada. Estos informes son luego utilizados por los analistas para hacer un análisis más detallado.

Características del apoyo al análisis de información

- **Colaboración:** el apoyo al análisis de información implica trabajo en equipo y cooperación. Aunque la persona que realiza el análisis sea el analista, el apoyo facilita que el proceso de análisis sea más eficiente y fluido, proporcionando los datos y estructuras necesarias para el análisis profundo.
- **Preparación y organización:** la característica principal del apoyo al análisis es la organización. Este apoyo se centra en preparar la información para que pueda ser utilizada de manera efectiva en el análisis. Esto incluye clasificar y procesar la información de manera ordenada y coherente.
- **Precisión y calidad:** el apoyo debe asegurar que la información que se va a analizar esté limpia y libre de errores. Cualquier error o inconsistencia en los datos puede afectar negativamente los resultados del análisis final.

- **Capacidad para identificar lo relevante:** una de las características clave del apoyo al análisis es la habilidad para identificar qué información es relevante y cuál no. Esto incluye seleccionar datos clave que van a ser importantes para el análisis, descartando información que no aporte valor.
- **Adaptabilidad:** el apoyo al análisis de información debe ser lo suficientemente flexible como para adaptarse a diferentes tipos de análisis y diferentes tipos de información. El colaborador debe ser capaz de ajustar el enfoque según las necesidades del análisis.
- **Atención al detalle:** el apoyo al análisis requiere una gran atención al detalle, pues cualquier error en la organización, clasificación o presentación de la información puede afectar el resultado final. La persona que apoya en el análisis de información debe ser meticulosa en su trabajo.
- **Uso de herramientas y técnicas de procesamiento de datos:** el apoyo al análisis implica el uso de herramientas y técnicas para organizar y procesar datos de manera eficiente. Esto puede incluir el uso de herramientas como hojas de cálculo u otras herramientas o instrumentos de apoyo.
- **Orientación a resultados:** aunque el analista es quien realiza el análisis, el apoyo debe estar orientado a generar resultados útiles y claros, de modo que la información esté disponible de manera que facilite las decisiones y acciones que se tomen a partir de ella.
- **Capacidad de síntesis:** es la habilidad para resumir y condensar información de manera clara y concisa, extrayendo las ideas o conceptos más relevantes de un conjunto de datos, hechos o argumentos. Esta capacidad permite integrar diversos elementos de información de forma estructurada, eliminando lo accesorio o redundante, y destacando los puntos clave o esenciales.

La síntesis de información como apoyo al análisis

Es el proceso de recopilar, condensar y presentar los puntos clave de un tema o conjunto de datos de manera clara y estructurada, para que el analista pueda realizar un análisis más profundo. Para un asistente que prepara información para su posterior análisis, es crucial que la síntesis sea precisa, clara y focalizada en lo esencial.

Pasos para realizar una síntesis efectiva

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS
PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

1. **Comprender el contexto y propósito:** antes de sintetizar, es fundamental entender el objetivo del análisis que realizará el analista. ¿Cuál es el alcance definido? ¿Qué preguntas debe responder? ¿Qué tipo de decisión o acción se espera tomar a partir del análisis? Esto ayuda a seleccionar la información más relevante.

Para esto es necesario tener claras las fuentes de donde proviene la información, ya sean informes, investigaciones, reuniones, etc. La calidad y veracidad de estas fuentes también influirán en la síntesis.

2. **Recolección y selección de información relevante:** debe revisarse toda la información disponible, examinando todos los datos, informes o documentos existentes que puedan ser útiles para el análisis. Identificar los puntos clave de todo el material y seleccionar la información relevante que apoya los objetivos del análisis. Para determinar si la información es relevante se pueden formular las siguientes preguntas:

- ¿Qué datos o hechos son imprescindibles?
- ¿Qué información ayuda a comprender el contexto de manera clara?
- ¿Cuáles son los hallazgos o conclusiones más significativos que deben destacarse?

3. **Organización de la información:** agrupar la información por temas o categorías, organizando la información en bloques lógicos y coherentes, así como mantener la información concisa, eliminando detalles innecesarios o redundantes. La síntesis debe ser breve, clara y directa. Para organizar la información puede tomarse en cuenta:

- Contexto: información general o antecedentes que sitúan el tema.
- Datos clave: cifras, estadísticas u otros datos cuantitativos importantes.
- Hallazgos relevantes: puntos principales que se derivan de los datos o investigación.
- Problemas o áreas de preocupación: desviaciones, barreras o cualquier factor que requiera atención.

4. **Elaboración de un resumen claro:** debe generarse una redacción breve y precisa. El resumen debe contener los puntos clave de la información organizada, evitando la longitud excesiva, en su lugar, se deben usar frases claras y concisas. Es importante que el analista pueda captar rápidamente los elementos más importantes.

En el resumen no es necesario presentar todos los datos; solo los aspectos que impactan el análisis o la toma de decisiones, resaltando tendencias, hallazgos clave y cualquier patrón relevante.

5. **Presentación visual (si es necesario):** si los datos cuantitativos o complejos son parte de la información, un gráfico o tabla resumida puede ayudar a visualizar mejor la información. Quien apoya al analista debe asegurarse de que sea fácil de interpretar, sin sobrecargar de detalles. Si hay indicadores clave o métricas importantes, es importante presentarlos de manera destacada, por ejemplo, con negritas, *bullets* o destacados.
6. **Resaltar aspectos clave para análisis:** al final de la síntesis, es recomendable incluir una breve sección con observaciones clave para el análisis. Esto guía al analista hacia los aspectos que requieren su atención.
7. **Revisión y validación:** antes de entregar la síntesis al analista debe realizarse la revisión correspondiente para asegurarse de que no falta información relevante y que los datos están correctos. La precisión es clave, además de confirmar claridad y coherencia, verificando que la síntesis sea fácilmente comprensible, sin ambigüedades, es decir, que la información fluya de forma lógica y que el analista pueda seguir el razonamiento sin dificultades.

¿Qué es monitoreo y seguimiento?

El monitoreo y seguimiento son fundamentales para mantener actualizada la información del estado actual del entorno sociopolítico, electoral y comunicacional del entorno interno y externo de la institución. Mantener la información actualizada requiere de instrumentos, herramientas y procesos eficaces, como la recolección continua de datos, el uso de tecnología y la comunicación constante entre todos los involucrados. Esto garantiza que las decisiones siempre se basen en la información más reciente y precisa.

Monitoreo y seguimiento son términos que se utilizan en contextos donde se requiere conocer cómo se desarrollan ciertas actividades o proyectos con el objetivo de coadyuvar en el cumplimiento de los objetivos propuestos y aportar a la labor y mejora de servicios y estrategias de comunicación interna y externa. Ambos procesos están estrechamente relacionados, pero tienen diferencias clave.

Monitoreo

El monitoreo se refiere a la observación continua y sistemática de una situación, proceso o tema para obtener información relevante y mantenerla actualizada. Es un proceso más centrado en la recolección de datos y la observación constante, su objetivo es mantener información relevante al día para tener una visión clara del estado de una situación.

Características del monitoreo

- **Observación continua y sistemática:** el monitoreo es un proceso que se lleva a cabo de manera constante y planificada, lo que significa que se realiza de forma regular y no de manera esporádica. Implica una observación de largo plazo o de manera continua a lo largo del tiempo para garantizar que la información sea siempre actualizada.
- **Recolección de datos relevantes:** el monitoreo se enfoca en obtener información relevante relacionada con la situación, proceso o tema que se está observando. Esto incluye la recolección de datos que proporcionan una visión precisa y actualizada del estado del proceso o situación monitoreada.
- **Mantenimiento de la información actualizada:** una característica clave del monitoreo es la actualización constante de los datos. A medida que se recopilan más datos, se asegura que la información siempre esté al día. Esto es fundamental para tener una visión clara y precisa de la evolución de cualquier proceso o situación observada.
- **Generación de información para la toma de decisiones:** el objetivo principal del monitoreo es proporcionar información precisa que permita a los responsables tomar decisiones fundamentadas. Al mantener la información al día, se puede analizar el estado actual de una situación y anticipar posibles acciones a seguir.
- **Identificación de tendencias, patrones y comportamientos:** durante el monitoreo, se pueden identificar tendencias, comportamientos recurrentes y patrones emergentes dentro de la información recopilada. Esto es útil para entender cómo una situación o proceso está evolucionando a lo largo del tiempo y para identificar posibles áreas de interés o de alerta.
- **Generación de alertas ante cambios relevantes:** aunque el monitoreo se enfoca en la recolección de datos, una de sus funciones es detectar cambios significativos que puedan requerir atención. Estos cambios pueden ser señales tempranas de que algo no está funcionando según lo esperado, lo que permite generar alertas para que se tomen decisiones antes de que se convierta en un problema mayor.
- **Pasividad en la intervención:** a diferencia de otras actividades como el seguimiento o la gestión de proyectos, el monitoreo no tiene un papel activo en corregir las desviaciones o problemas que se identifiquen. Su objetivo es proporcionar la información necesaria para que las decisiones puedan ser tomadas por las personas responsables.

Seguimiento

El seguimiento es un proceso más dinámico que tiene como objetivo dar continuidad a una situación, proyecto o proceso. No solo se limita a la observación y recolección de datos actualizados, sino que también involucra vigilar el comportamiento de los elementos en cuestión para observar posibles desviaciones de lo esperado y alertar sobre cambios necesarios para establecer acciones que requieran la intervención de estrategias comunicacionales. El seguimiento implica mantener un control activo sobre el desarrollo de actividades o situaciones y encender alertas cuando sea necesario.

Características del seguimiento

- **Dar continuidad:** el seguimiento asegura que los procesos, proyectos o actividades continúen avanzando conforme a lo planeado. Se realiza de forma continua y periódica para garantizar que las acciones previas no pierdan fuerza o rumbo.
- **Vigilar el comportamiento:** durante el seguimiento, se vigila de cerca el comportamiento de las actividades, las personas involucradas o los procesos que se están llevando a cabo. Implica observar el desarrollo de tareas, el progreso de proyectos, o el curso de una situación, para asegurar que todo esté dentro de los parámetros establecidos.
- **Observar desviaciones:** el seguimiento permite identificar desviaciones de los objetivos, metas o planes previamente establecidos. Si algo no está avanzando como se esperaba, se detecta de inmediato y se alerta para determinar el tratamiento que requiere antes de que se convierta en un problema mayor.
- **Alertar sobre cambios:** un aspecto crucial del seguimiento es la capacidad de alertar sobre cambios que puedan requerir ajustes en las estrategias o actividades. Si se observan cambios en el entorno o dentro del propio proyecto que puedan afectar, es importante alertar a los responsables para que puedan tomar decisiones informadas.

¿Cómo mantener la información actualizada?

Mantener la información actualizada durante un proceso de monitoreo y seguimiento es fundamental para asegurar que las decisiones sean relevantes y efectivas. Aquí algunas formas de hacerlo:

1. Recolección continua de datos

Es el proceso de obtener y registrar información de manera constante y sistemática a lo largo del tiempo para mantener la actualización de datos e indicadores. La recolección no debe limitarse a momentos específicos, sino que debe ser parte de un flujo continuo de información que capture los cambios, avances o retrocesos conforme ocurren. Algunas formas de lograr la recolección continua de datos:

- Monitoreo en tiempo real: podría implicar el uso de software especializado como, herramientas de monitoreo de plataformas digitales que brinden actualizaciones periódicas sobre el progreso o bien establecer dinámicas que permitan de forma ágil realizar este proceso de forma semi automatizada.
- Monitoreo directo: se realiza mediante la revisión regular de los procesos, recursos o actividades, permitiendo mantener un control sobre el estado de las cosas. El monitoreo directo se debe realizar a pesar de contar con herramientas especializadas, de tal forma que se genera un control cruzado.
- Recolección manual de los datos: si no se dispone de herramientas especializadas, la recolección de datos puede realizarse de manera manual a intervalos regulares.
- Establecer cronogramas regulares: definir momentos clave para la recolección de datos (diaria, semanal, por horarios) dependiendo de su naturaleza y adherirse a estos plazos para mantener la información actualizada de manera constante.

2. Tecnología para facilitar el seguimiento

La tecnología juega un rol crucial al proporcionar herramientas que permiten facilitar y automatizar la recolección de datos, su almacenamiento, análisis y actualización en tiempo real. Utilizar plataformas tecnológicas permite que tanto los datos como los procesos de seguimiento sean más accesibles, confiables y fáciles de gestionar.

- Herramientas de gestión de proyectos: utilizar herramientas de apoyo que permitan actualizar el estado de tareas y actividades en tiempo real, lo cual facilita el seguimiento de los avances.
- Aplicaciones móviles y software específico: dependiendo del contexto, se pueden utilizar aplicaciones que permitan registrar datos, asegurando que la información esté siempre actualizada.

3. Comunicación constante

Mantener una comunicación constante es esencial para compartir y recibir actualizaciones de las partes involucradas en el proceso de monitoreo y seguimiento. La comunicación efectiva asegura que todos los miembros del equipo y las partes interesadas estén al tanto del progreso, de las situaciones que puedan surgir y de las decisiones que deben tomarse con base en la información actualizada.

- Canal directo: establecer canales directos de comunicación con el equipo de trabajo es una parte crucial de la comunicación constante, especialmente cuando se busca mantener la información actualizada de manera fluida.
- Reuniones periódicas: mantener reuniones regulares con el equipo de trabajo o las partes interesadas para compartir actualizaciones, discutir avances y desafíos, y asegurarse de que la información se mantenga fresca y relevante.
- Informes periódicos: elaborar informes periódicos que resuman los datos recolectados y su estado actual, de modo que las decisiones se basen siempre en información actualizada.

4. Evaluación continua y ajustes

La evaluación continua consiste en revisar de manera sistemática y frecuente los resultados obtenidos a partir de los datos recopilados en el monitoreo y seguimiento para determinar su efectividad

- Revisión constante de indicadores: los indicadores utilizados para medir el progreso deben revisarse regularmente para asegurarse de que sigan siendo relevantes y reflejen adecuadamente el estado de la situación.
- Retroalimentación constante: mantener canales abiertos de retroalimentación que permitan ajustar la recolección de datos y las acciones de seguimiento en función de los cambios en la situación o nuevos problemas que surjan.

¿Qué es el proceso de escucha social?

El proceso de escucha social (o *social listening* en inglés) es el proceso de monitorear y analizar lo que se dice en las plataformas y medios digitales sobre una marca, tema, evento, organismo o institución, con el objetivo de obtener información valiosa y tomar decisiones informadas. Se enfoca en captar y entender las menciones, conversaciones y sentimiento en torno a ciertos temas de interés, para poder ajustar estrategias y generar respuestas de manera efectiva.

Conceptos básicos

1. **Plataforma de información:** se refiere a la plataforma digital de redes sociales como Facebook, X, YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn, BlueSky, y otras similares, que poseen una infraestructura en línea que permite la interacción social y la distribución de contenido; medios digitales, los cuales abarcan todas las plataformas, tecnologías y canales de comunicación que se utilizan para distribuir contenido digital a través de internet como páginas web, plataformas de video en streaming como YouTube, servicios de podcasts en streaming como Spotify, blogs y publicaciones digitales; y plataformas de mensajería.
2. **Fuente de información:** nombre del origen o entidad que provee o genera contenido informativo de carácter público, como el nombre del medio de comunicación, página pública (foro, blog, grupo, etc.), nombre del creador del contenido público.
3. **Categoría de la fuente:** es la clasificación que enmarca las fuentes de información con base en un catálogo, por ejemplo: medio de comunicación, figura pública, organismo, espacio de difusión, etc.
4. **Publicación (post):** nota o mención encontrada que es de interés para el análisis
5. **Comentarios:** se refiere a los comentarios públicos asociados a cada publicación.
6. **Conversación:** se refiere a la sumatoria de los comentarios públicos que se encuentran en una publicación. No se refiere específicamente al hilo conductor, sino a la dinámica general de comentarios que tiene la publicación.
7. **Reacciones:** se refiere a la suma de reacciones que se encuentran en las diferentes plataformas digitales de redes sociales ejemplo: me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me entristece, me asombra y me enoja, de Facebook; me gusta de Twitter; me gusta y no me gusta de YouTube, me gusta de Instagram, etc.
8. **Palabras clave:** son términos o expresiones que resumen o identifican el contenido relevante en un conjunto de datos, facilitando el proceso de búsqueda, categorización y análisis de información.
9. **Temas:** es la clasificación que agrupa las publicaciones, textos o contenido con características o conceptos comunes encontrados en plataformas y medios digitales. Los temas se definen mediante un catálogo preestablecido y permiten identificar de manera clara y estructurada sobre qué trata una publicación permitiendo “ordenar” y categorizar lo que está ocurriendo en el entorno.
10. **Marca:** la marca es vista como la percepción colectiva que el público tiene sobre la Institución, basada en las interacciones y opiniones que se generan en las plataformas de información. A través de la “marca”, se puede monitorear y analizar la reputación y las relaciones con los ciudadanos en tiempo real. En la escucha social la marca no solo está compuesta por los elementos visuales (como el logotipo, los colores y el eslogan), sino también por las conversaciones, menciones y percepciones que se generan alrededor de ella en el entorno social.
11. **Análisis de sentimiento:** es una técnica dentro del análisis de datos que se utiliza para identificar y extraer opiniones subjetivas de los datos. Se aplica a los datos

públicos obtenidos de las plataformas y medios digitales como publicaciones, comentarios o reseñas, con el propósito de entender las actitudes, emociones u opiniones de las personas sobre ciertos temas. Se refiere a la evaluación de las emociones que subyacen a las menciones y ayuda a entender la percepción pública sobre la institución. El análisis de sentimientos se puede abordar en dos dimensiones:

- Valoración de polaridad: positivo, negativo, neutro.
- Emociones: confianza, alegría, orgullo, sorpresa, expectación, tristeza, disgusto, decepción, temor, enojo.

12. URL (Uniform Resource Locator, por sus siglas en inglés): es la dirección web o enlace que se utiliza para identificar de manera única una ubicación en internet.

Etapas del proceso de escucha social

El proceso de escucha social generalmente se divide en varias etapas clave. Estas etapas son fundamentales para poder entender lo que los usuarios o la audiencia está diciendo en el entorno digital y cómo se puede convertir ese insumo en datos que sean útiles para la toma de decisiones estratégicas. Las principales etapas del proceso de escucha social son:

1. **Definición de objetivos:** en esta etapa se establece qué se quiere lograr con la escucha social ya sea para entender y profundizar sobre una percepción social general sobre la institución, o bien, sobre temas y eventos específicos que surjan. En esta etapa también se define la temporalidad y el alcance.
2. **Identificación de plataformas y fuentes:** en esta etapa se identifican las plataformas de información y fuentes (canales) donde se realizará la escucha social. Esto puede incluir redes sociales como X, Facebook, Instagram, foros, blogs, y otras relevantes según los objetivos definidos. Asimismo, en cada una de ellas, se determinan cuáles son las fuentes / canales clave a indagar. Esto puede incluir páginas oficiales de medios de comunicación, espacios de difusión, páginas públicas de líderes de opinión, entre otros.
3. **Elaboración de catálogos de información:** previo a la recolección y análisis preliminar de la información, se elaboran catálogos (documentos) con los insumos que sirven de base para la sistematización, por ejemplo, se establecen los ejes temáticos relevantes para la institución según sus procesos internos, y se tipifican las fuentes según los objetivos definidos. El fin de estos catálogos es que sirvan de referencia para ordenar la información en términos de “qué se dijo, quién lo dijo, cómo lo dijo, a través de qué formato lo dijo, dónde lo dijo, y con qué fines lo dijo.”

4. **Recopilación de datos:** esta fase consiste en la recolección de datos públicos según las plataformas y fuentes de información definidas. Se pueden utilizar herramientas automatizadas de escucha social y/o registro manual de menciones, publicaciones, comentarios, hashtags, videos, etc., relacionados con el tema de interés.
5. **Análisis de menciones:** en esta etapa se clasifican y etiquetan las menciones registradas según dos criterios: por un lado, la polaridad de sentimiento (positivo, negativo o neutro) hacia la institución, y por otro, de acuerdo con el contexto que presente según los ejes temáticos predefinidos.
6. **Notificación de alertas:** en la medida en que se van recopilando y clasificando las menciones, se realiza un breve análisis según criterio experto sobre las situaciones que puedan ser de relevancia para la institución en materia electoral, político-comunicacional u otro propio de la gestión interna y se genera una notificación sobre las situaciones detectadas.
7. **Monitoreo y seguimiento:** la escucha social es un proceso continuo, por lo que es importante un seguimiento constante del entorno digital y de los temas que así lo requieran.
8. **Preparación de datos:** en esta etapa se lleva a cabo la limpieza y estructuración de datos, de tal forma que puedan organizarse en un formato adecuado para su análisis según se requiera.
9. **Generación de visualizaciones:** en esta etapa se lleva a cabo la creación de *dashboards*, gráficos y cuadros que permitan tener una visión de los datos y métricas clave y que faciliten su comprensión para la toma de decisiones.
10. **Análisis de datos:** este análisis se da en dos líneas: a nivel cuantitativo se evalúan las estadísticas y métricas como el volumen de menciones, la frecuencia de palabras clave, polaridad, distribución temporal, etc.) y a nivel cualitativo se examina el contenido de las menciones, se detectan patrones y tendencias emergentes y se profundiza sobre las narrativas y líneas de discusión, todo con base a los objetivos y alcance definidos en la etapa inicial.

La escucha social en la Administración Pública

¿Qué buscamos como administración pública al ejecutar procesos de escucha social?

- Analizar el entorno digital para conocer de forma más integral e inmediata las inquietudes de la ciudadanía, sus necesidades y disconformidades, las

reacciones y expectativas, y muy importante, los vacíos de información, las brechas entre la acción y la reacción.

- Aportar a la transformación de la gestión de lo público, a mejorar la transparencia de los procesos, la rendición de cuentas, el compromiso social, el vínculo con la ciudadanía.
- Una gestión de la comunicación más proactiva ágil y eficaz.
- Valoración (no tanto evaluación) de la eficacia de acciones comunicadas centrada en:
 - *Inputs*: recursos invertidos y cantidad de acciones, por ejemplo, presupuesto asignado, cantidad de anuncios emitidos, número de publicaciones. Con Big Data: datos sobre inversión en medios, segmentación de audiencias, patrones de distribución de contenido)
 - *Outputs*: productos generados, como número de ciudadanos atendidos en un programa, cantidad de visitas a un sitio web. Con Big Data: cantidad de visitas métricas de interacciones en RRSS, cobertura mediática en tiempo real, tráfico web, menciones en línea
 - *Outcomes*: efectos reales en la audiencia o ciudadanía como cambios en el conocimiento de la población, mejora en la percepción de un candidato, reducción en la desinformación. Con Big Data:: cambios en la opinión pública mediante análisis de sentimiento, correlaciones entre exposición a mensajes y cambios de comportamiento.

Dinámicas relevantes para el análisis y la gestión de datos

Parte fundamental del análisis de información y gestión de datos es comprender los diferentes contextos en los que se generan las relaciones e interacciones sociales, tanto en el entorno físico como el digital, pues es el marco de referencia que permite dar sentido a los temas y conversaciones públicas que se desarrollan en los diferentes espacios. Aunque los avances tecnológicos y el surgimiento del Big Data han permitido fomentar estas relaciones sociales, también han ocasionado el aumento de dinámicas que ponen en detrimento y polarizan la convivencia sana y constructiva entre los ciudadanos y socaban la confianza interpersonal y en las instituciones, como la producción masiva de noticias falsas, la desinformación y los discursos de odio.

A continuación, una aproximación teórica de estos conceptos que representan fenómenos comunicacionales complejos que reflejan las dinámicas de poder, manipulación y conflicto en la era digital contemporánea.

Conceptos básicos

1. Noticias falsas (Fake News)

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS
PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

- a. Las noticias falsas son informaciones deliberadamente fabricadas o manipuladas que se presentan como noticias periodísticas verídicas, con el objetivo de engañar o desinformar al público.
- b. Características principales: intencionalidad de manipulación, apariencia de credibilidad informativa, difusión rápida, especialmente en redes sociales.
- c. Motivaciones para producirlas: políticas, electorales, económicas, ideológicas, mediáticas.

2. Desinformación

- a. La desinformación es un proceso más amplio y sistemático de difusión de información incorrecta, deliberada y estratégicamente diseñada para manipular la percepción pública. Incluye contenido manipulado, engañoso, confuso, y descontextualizado.
- b. Algunos elementos distintivos: intencionalidad estratégica, complejidad en la construcción de narrativas falsas, uso de medios tecnológicos para amplificación del contenido, objetivos de influencia sociopolítica, entre otros.

3. Discurso de Odio

- a. Aunque no existe una definición universal de discurso de odio de acuerdo con el derecho internacional en materia de derechos humanos y el concepto está en constante debate y construcción, se puede ver como cualquier forma de comunicación de palabra, por escrito o a través del comportamiento, que sea un ataque o utilice lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o un grupo sobre la base de quiénes son o, en otras palabras, en razón de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad (ONU, 2019).

Referencias:

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Canel, M.J. (2018). “Hace tiempo que la sociedad habla y no le escuchamos. ¿Qué aporta el Big Data para entender las señales de la sociedad?” en *La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Wardle, C. (2017). Fake News. It's Complicated. *First Draft News*. Recuperado de <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe Report.
- ONU. 2019. Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio. Disponible en: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf

Análisis y seguimiento a información contextual

Una labor esencial en el análisis de información y gestión de datos es el seguimiento a estudios, reportes, proyectos, índices, encuestas de opinión pública, y otros insumos de interés, que permitan -entre otras cosas- la valoración y medición del estado de los sistemas democráticos en el mundo y el desempeño de las organizaciones involucradas. Algunos de estos insumos son:

1. Democracy Index (Índice de Democracia)

- **Organización:** The Economist Intelligence Unit (EIU) (Reino Unido).
- **Objetivo:** evaluar el estado de la democracia en el mundo y clasificar los países en función de su nivel de democracia.
- **Mediciones:** evalúa cinco categorías:
 1. Proceso electoral y pluralismo
 2. Funcionamiento del gobierno
 3. Participación política
 4. Cultura política democrática
 5. Libertades civiles
- **Frecuencia:** anual.
- **Fuentes de información:** datos oficiales, encuestas de opinión pública, análisis de expertos, entre otros.

2. V-Dem (Varieties of Democracy Index)

- **Organización:** V-Dem Institute (Universidad de Gotemburgo, Suecia).
- **Objetivo:** medir múltiples dimensiones de la democracia, desde la electoral hasta la liberal y deliberativa.
- **Mediciones:** más de 450 indicadores en seis dimensiones:
 1. Democracia electoral
 2. Democracia liberal
 3. Democracia participativa
 4. Democracia deliberativa
 5. Democracia igualitaria
 6. Democracia mayoritaria
- **Frecuencia:** anual.
- **Fuentes de información:** expertos académicos, encuestas de percepción y datos de organismos oficiales, entre otros.

3. Freedom in the World (Libertad en el Mundo)

- **Organización:** Freedom House (EE.UU.).
- **Objetivo:** evaluar la libertad política y los derechos civiles en el mundo.
- **Mediciones:** se basa en dos categorías:

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS
PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

1. Derechos políticos (elecciones libres, pluralismo, funcionamiento del gobierno)
 2. Libertades civiles (libertad de expresión, asociación, Estado de derecho)
- **Frecuencia:** anual.
 - **Fuentes de información:** informes de expertos, datos de organismos internacionales y ONGs, entre otros.

4. Freedom on the Net

- **Organización:** Freedom House (EE.UU.).
- **Objetivo:** evaluar la libertad en internet y el acceso a la información digital.
- **Mediciones:**
 1. Obstáculos al acceso
 2. Limitaciones al contenido
 3. Violaciones a los derechos de los usuarios
- **Frecuencia:** anual.
- **Fuentes de información:** análisis de políticas digitales, encuestas a expertos en tecnología y derechos humanos, entre otros.

5. Latinobarómetro

- **Organización:** Corporación Latinobarómetro (Chile).
- **Objetivo:** medir la percepción ciudadana sobre la democracia, las instituciones y el desarrollo en América Latina.
- **Mediciones:**
 1. Apoyo a la democracia
 2. Confianza en las instituciones
 3. Evaluación del desempeño gubernamental
 4. Participación política y valores democráticos
 5. Percepción sobre corrupción
- **Frecuencia:** anual (aunque con algunas interrupciones en años recientes).
- **Fuentes de información:** encuestas de opinión pública en más de 18 países de América Latina, entre otros.

6. Barómetro de las Américas (LAPOP)

- **Organización:** Vanderbilt University (EE.UU.).
- **Objetivo:** evaluar la cultura política y el estado de la democracia en las Américas.
- **Mediciones:**
 1. Actitudes hacia la democracia
 2. Confianza en las instituciones
 3. Participación política
 4. Percepción de corrupción
 5. Seguridad y derechos humanos

- **Frecuencia:** usualmente, cada dos años.
- **Fuentes de información:** encuestas de opinión en más de 30 países del continente americano, entre otros.

Seguimiento a la acción legislativa

Una de las líneas de acción en el análisis de información y gestión de datos que aportan a la generación de insumos para la toma de decisiones es el seguimiento a las acciones de la Asamblea Legislativa en torno al desarrollo y aprobación de leyes relevantes para el quehacer institucional, sea en su rol registral civil, juez electoral u organizador de los procesos electorales. Por ello, es importante conocer el procedimiento interno que se lleva a cabo para tal fin, esto en tres líneas principales:

1. Registro en una base de datos y seguimiento de los proyectos de ley que se presentan que sean relevantes para el quehacer institucional, donde se detalle el número de expediente, el tema, los proponentes y los propósitos principales.
2. Seguimiento a la discusión de esos proyectos en las comisiones correspondientes y en plenario, sistematizando las mociones, consultas y audiencias, y registrando las decisiones que se tomen en cada espacio que impacten dichos proyectos.
3. Registro en una base de datos y seguimiento de las consultas legislativas -y sus respectivas respuestas- que ingresan a la institución relacionadas con proyectos de ley específicos en las que se busca un criterio y pronunciamiento por parte del organismo electoral.

Conceptos básicos

Para lograr lo anterior es importante conocer algunos términos del quehacer legislativo, como:

1. **Proyecto de Ley:** es una propuesta de norma jurídica presentada ante la Asamblea Legislativa para su discusión y eventual aprobación como ley.
2. **Órganos legislativos:** el Plenario es el órgano máximo del Poder Legislativo en Costa Rica, compuesto por los 57 diputados elegidos mediante voto popular. En el Plenario se concluyen los procedimientos parlamentarios para la emisión de leyes y otros actos legislativos. Existen Comisiones que tratan asuntos específicos: **Comisión con Potestad Legislativa Plena** (conformada por tres comisiones que tienen la potestad de aprobar proyectos de ley, tal y como ocurre en el Plenario), **Comisión, Comisión Especial, Comisión Permanente Especial** (se encarga de estudiar los proyectos relacionados a una temática, por ejemplo, ambiente,

MATERIAL DE ESTUDIO - PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS
PROFESIONAL ASISTENTE EN ADMINISTRACIÓN DE LA GESTIÓN POLÍTICA ELECTORAL

economía, hacendarios, etc.), **Comisión General** (situación en la que el Plenario actúa como una comisión, al haber aprobado una moción de dispensa de trámites a un proyecto)

3. **Textos, dictámenes, criterios y consultas**

- **Texto base:** texto inicial del proyecto de ley presentado por el proponente y bajo el cual se trabajará para hacerle modificaciones, de ser el caso.
- **Dictamen:** informe emanado de una comisión donde se recomienda el texto a acoger por el Plenario para la discusión de un proyecto. Puede ser afirmativo o negativo; unánime, de mayoría o de minoría.
- **Texto final:** texto revisado por la Comisión de Redacción que será el que se aprobará en segundo debate y se enviará a publicar como Ley de la República.
- **Criterio de Servicios Técnicos:** Informe técnico-legal del Departamento de Servicios Técnicos, ente que funge como asesor legal de los diputados y diputadas, recomendándoles cómo tramitar un proyecto y alertando de si su contenido o forma de tramitación puede desencadenar en roces constitucionales. Estos criterios no son vinculantes para los diputados.
- **Consultas:** mecanismo mediante el cual el Congreso le consulta a instituciones determinadas su parecer respecto a un proyecto en su conocimiento. Son obligatorias las consultas a la Corte Suprema de Justicia, Tribunal Supremo de Elecciones y Municipalidades, cuando la iniciativa esté relacionada específicamente con ellas.

4. **Mociones:** las mociones son propuestas formales que presentan los diputados para modificar, adicionar o suprimir partes de un proyecto de ley durante su trámite legislativo. Pueden presentarse en diferentes etapas del proceso legislativo y su objetivo es perfeccionar o ajustar el contenido de las iniciativas en discusión.

Referencias:

- Diccionario Usual del Poder Judicial. Disponible en: <https://diccionariusual.poder-judicial.go.cr/>
- Madrigal, L.M. Procedimientos y términos legislativos. Octubre 2019. En Delfino CR. Disponible en: <https://delfino.cr/2018/10/civica-2-0-procedimientos-y-terminos-legislativos>
- Reglamento de la Asamblea Legislativa. Marzo 2025. Disponible en: https://www.asamblea.go.cr/ca/Reglamentos%20de%20la%20Asamblea/Reglamento_de_la_Asamblea_Legislativa.pdf