

Tribunal Supremo de Elecciones 2.0: Primer acercamiento a la ciberdemocracia*

María José Alvarado Aguilar**

Nota del Consejo Editorial



Recepción: 17 de octubre de 2014.

Revisión, corrección y aprobación: 8 de diciembre de 2014.

Resumen: El auge de Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías han transformado las formas en que las instituciones del Estado mantienen una relación dialógica con la ciudadanía en aras de la construcción de procesos democráticos digitales. Empero, la red no es por sí sola democrática, por lo que se espera que sean las propias organizaciones gubernamentales las que promuevan espacios democráticos en sus plataformas digitales. Este estudio, de carácter exploratorio, pretende ser un insumo para evaluar el uso que da el Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica (TSE) a sus plataformas de comunicación digital en relación con la construcción de una ciberdemocracia.

Palabras clave: Comunicación electrónica / Internet / Redes sociales / Democracia / Ciberdemocracia / Participación ciudadana.

Abstract: The development of Internet, social media and new technologies have transformed the way in which State institutions maintain a dialogic relationship with citizens in order to promote democratic processes on the web. However, Internet is not democratic by itself, therefore it is expected that governmental organizations promote democratic practices in their digital platforms. This case study evaluates the way the Supreme Electoral Tribunal of Costa Rica (Tribunal Supremo de Elecciones, TSE) uses digital media and social networks to help build cyberdemocracy.

Key Words: Electronic communication / Internet / Social media / Democracy / Cyber-democracy / Citizen participation.

* Ponencia realizada para el XXV Congreso Nacional y V Internacional de Estudios Electorales: Integridad y Equidad Electoral en América Latina celebrado en Costa Rica en noviembre de 2014.

** Costarricense, comunicadora, correo malvaradoa@tse.go.cr. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas por la Universidad de Costa Rica. Asesora de la Gestión Política Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones y coordinadora del Consejo Estratégico de Comunicación de esa institución.

1. INTRODUCCIÓN

En el marco de las tendencias mundiales, las organizaciones –públicas y privadas– han debido aprender a comunicarse con la ciudadanía a través de nuevos canales por la vía electrónica. Sin embargo, el vertiginoso auge de las redes sociales ha invitado a las organizaciones a formar parte de una comunicación más dialógica en la que, por descontado, los usuarios puedan tomar parte de forma activa y favorecer la retroalimentación que permita plantear mejoras en los procesos comunicativos de las organizaciones e, incluso, en su labor sustancial.

En el caso de las instituciones del Estado, la ciudadanía clama por mayores niveles de transparencia y rendición de cuentas a través de los medios digitales, así como una comunicación más dialógica, rápida y simétrica con el pueblo. Sin embargo, este diálogo como práctica fundamental de los procesos democráticos será exitoso en tanto las organizaciones estén dispuestas a ofrecer información sin restricciones y a mantener una apertura a la constante retroalimentación de los públicos usuarios.

De este modo, y bajo el tema de cultura digital, es interesante comprender qué impacto tiene esa interacción en términos de participación ciudadana y cómo los fenómenos enunciados pueden llegar a afectar el sistema institucional público.

En ese sentido, el presente estudio pretende hacer una exploración preliminar sobre el comportamiento de las plataformas web del Tribunal

Supremo de Elecciones de Costa Rica (en adelante: TSE) en el marco del proceso electoral de 2014, con especial énfasis en la construcción y convivencia democrática virtual con las y los ciudadanos costarricenses; es decir, sus procesos en ciberdemocracia.

2. LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DEL ESTADO DEMOCRÁTICO

Las organizaciones cuyos representantes son elegidos en las urnas —o, bien, cuyo presupuesto se articula con recursos públicos— tienen la responsabilidad de fungir como comunicadoras ante una ciudadanía a la que le asiste el derecho de exigir información para comprender qué sucede en el entorno político, más allá de lo que publican los medios de comunicación o, incluso, las propias organizaciones en su beneficio.

A razón de contexto, actualmente la desafección por los procesos políticos y democráticos es una constante en crecimiento¹ por lo que la comunicación estratégica ha resultado trascendental para que las instituciones públicas puedan mantener un diálogo abierto y transparente con la ciudadanía, en aras de facilitar la recuperación de la confianza y el capital de relacionamiento.

En el pasado, se definía la comunicación institucional como aquella que se concentraba en campañas para modificar comportamientos y actitudes (Fernández, 2009:249), muy de acuerdo con los actuales modelos de comunicación asimétricos en los que las organizaciones entablan diálogos unidireccionales o reciben retroalimentación de los

¹ Latinobarómetro (2013), LAPOP (2012)

públicos para beneficio propio y no de ambas partes². Empero, no se puede obviar que los actuales procesos que realizan las organizaciones del Estado son proclives, hoy más que nunca, al escrutinio público, ya que son evaluados constantemente no solo por los medios de comunicación, sino también por la ciudadanía, ahora interconectada; lo que ha llevado a las instituciones gubernamentales a preocuparse más por sus procesos de comunicación y relación con la población.

(...) la comunicación de un gobierno se desarrolla en un contexto de elevado escrutinio público. La orientación al bien público que es propia de todo gobierno encuentra su expresión regulatoria en la legislación sobre la libertad de información así como en los requerimientos de transparencia y apertura que ésta lleva consigo: se exige que las instituciones públicas den cuenta a sus públicos de lo que hacen. (Canel y Sanders, 2007:13)

En este sentido, se entiende por comunicación de los Gobiernos la relación de los altos cargos (y sus instituciones) con la ciudadanía en general a través de los medios de comunicación a su alcance³; sin embargo, surge la interrogante de cómo llevar a cabo este proceso de forma que se atiendan las necesidades ciudadanas sin perder de vista los objetivos institucionales. Sin duda, el diálogo directo con la población (“cara a cara”) se da con el principal objetivo de que surjan cambios en las ciudades, pero la tendencia de las organizaciones gubernamentales ha sido, por el contrario, permanecer en un modelo de información unidireccional, obviándose ese propósito a la vez que se obliga y persuade a las personas a pensar de cierta manera en específico (Puig, 2010).

² Para ampliar sobre el tema: Grunig y Hunt (2000).

³ Consultar Canel y Sanders (2010); Fernández (2009); Sabés y Verón (2008); Cancelo (2007).

En contraposición, y dentro del modelo de democracia representativa, la ciudadanía espera recibir información veraz y constante sobre la labor de las organizaciones públicas a fin de legitimar o ejercer algún tipo de control sobre estas. Para lograr construir relaciones en democracia, es esencial aprender a escuchar a la ciudadanía y comenzar a entender la comunicación como creadora de vínculos y no únicamente para administrar o informar (Puig, 2010: 33); este *responsiveness* consiste en la receptividad y sensibilidad institucional ante las demandas que se formulen desde el ámbito ciudadano (Brenes, 2013: 46). Se espera, entonces, que sea la propia institución estatal la que potencie la creación y apertura de espacios físicos o virtuales para el diálogo con el fin último de generar retroalimentación bidireccional a partir de relaciones simétricas (en beneficio de ambas partes) y dialógicas con la ciudadanía, en la que la información por compartir busque proximidad y cercanía. Para evitar el abandono del modelo simétrico es importante que la comunicación no se convierta en una herramienta más para el partidismo y las relaciones políticas, sino que debe ser desarrollada en favor de la ciudadanía para transmitir aspectos sobre la gestión gubernamental (Sabés y Verón, 2008: 12) que involucren la transparencia, rendición de cuentas y aporte ciudadano.

3. NUEVOS ALCANCES

A raíz de lo anterior, no se puede pasar por alto que la llegada de las nuevas tecnologías y la información mediada por computadora han cambiado por completo las formas de hacer comunicación de las organizaciones y, por ende, han planteado nuevos espacios de ejercicio democrático. El auge de las tecnologías de información y comunicación (TIC), por ejemplo, da la oportunidad a las instituciones de informar a la ciudadanía sin depender por completo de los medios de comunicación tradicionales que discriminan la información según normas editoriales o intereses específicos, dejando sobre la mesa la posibilidad de una información más accesible y un consumo más equitativo.

Los nuevos alcances de la difusión de la información se han traducido en una capacidad multimedial e interactiva muy diferente a la linealidad y poco alcance que ofrecen los sistemas analógicos. Además, surgieron cambios en la arquitectura normal de la comunicación hasta el punto de que al estar conectados a Internet, aumenta la interconexión entre los diferentes usuarios porque los mensajes que se transmiten no se agotan en un solo individuo sino que este también se vale de sus propias redes de comunicación para propagar ese mensaje, provocando una redistribución de los flujos de tráfico de información (García y Pou, 2003).

Esta metamorfosis trajo consigo una serie de nuevas características para la comunicación, que se despliegan a través de medios virtuales y que, incluso, colaboran con el sistema democrático virtual, lo que hace a

la información sobre las organizaciones más accesible y permite, también, una interacción directa. Entonces, ¿qué uso se les debe dar a las nuevas tecnologías de cara a la construcción de una ciberdemocracia?

4. CIBERDEMOCRACIA: PRIMER ACERCAMIENTO

Cuando hablamos de cultura digital es necesario comprender qué significa esto en términos de participación ciudadana y cómo puede llegar a afectar el sistema institucional público. Actualmente existen esfuerzos de las organizaciones por comunicarse con la ciudadanía por la vía electrónica: la creación de sitios web y el contacto por correo electrónico plantearon una solución de comunicación en su momento; asimismo, el auge de las redes sociales ha invitado a las instituciones del Estado a formar parte de un entorno más dialógico en que los usuarios pueden participar activamente y retroalimentar.

En la ciberdemocracia, el empoderamiento de la ciudadanía en el proceso democrático es notorio, ya que pasa a formar parte de una gran red de relaciones para hacer frente con un discurso de poder los ciberterritorios en que se encuentran las instancias de poder ya instituidas. El proceso actual puede tratarse de una revolución silenciosa, sin el uso de armas o agitaciones sociales, pues crea la posibilidad real de democratización de la información y, más que eso, crea un campo propicio para la propagación de la verdadera libertad de opinión y de expresión, una vez superados los problemas relacionados con las desigualdades sociales y la pobreza que todavía imponen la exclusión de gran parte de la población del planeta del acceso a todas estas posibilidades discutidas aquí. (Carvalho, 2011:93. Traducción libre).

En ese sentido, la labor de las organizaciones –en este caso, las estatales– pasa por potenciar la transparencia y rendición de cuentas a través de los medios digitales, a la vez que entablan una comunicación dialógica y simétrica con la ciudadanía. Este diálogo, práctica fundamental para la vida democrática (Castro, 2012:37), será exitoso en tanto la ciudadanía logre empoderarse, y esto sucederá dependiendo de la cantidad de información que las instituciones estén dispuestas a ofrecer y su apertura de cara a la constante retroalimentación de sus públicos. Justamente, Dahl (2012) considera que una de las necesidades imperativas de los Estados democráticos consiste en potenciar las capacidades de los ciudadanos para que puedan implicarse inteligentemente en la vida política. (pp. 424-425)

Ahora bien, sin duda alguna se ha invertido en estar en la red, pero aún existen ciertas limitaciones en la construcción de una ciberdemocracia dentro de la misma institucionalidad web. Si bien el desarrollo de las nuevas tecnologías transforma las relaciones sociales a través de la interconexión y el acceso expedito a la información, estas no determinan el curso concreto de acción de los procesos democráticos, solamente abren las posibilidades (Sampedro *et al*, 2013); es decir, la red no es democrática por sí sola, sino que depende del uso que a ella le den las organizaciones y la propia ciudadanía.

Si el ideal de las relaciones entre una organización y sus públicos aspira a un carácter dialógico y simétrico (Grunig y Hunt, 1984), debería, entonces, existir en las organizaciones una promoción del diálogo mutuamente beneficioso, así como la apertura y la transparencia de una

ciberdemocracia real que apoya la participación y la convivencia cibernética entre estas y los ciudadanos. Las redes sociales virtuales son una biopsia representativa de las redes sociales físicas, por lo que las organizaciones deben aspirar a un contenido de comunicación similar a la que se lleva a cabo con regularidad; teniendo claro, eso sí, que existirán diferencias en el enfoque y desarrollo de esta, pero que finalmente su aspiración debe ser la misma.

Eso implica que se acreditara que, antes de ser una audiencia en la web, los usuarios son públicos fuera del espacio en línea. Las mediaciones en internet se aproximan cada vez más a los diálogos cara a cara entre dos o más personas. O sea, la web 2.0 es básicamente la plataforma de quien quiere hablar, pero los argumentos están relacionados a otra relación funcional con el público. (Favarin, 2010:249. Traducción libre).

En concordancia con las premisas anteriores, las representaciones sociales en la web no dejarán de ser, justamente, representaciones, hasta que exista un acceso verdadero de la mayor parte de la población y que esta participe de una manera activa en la obtención de información.

5. CARACTERÍSTICAS

Si la red no es por sí sola democrática, se espera que sean las propias organizaciones las que potencien un uso democrático de las plataformas virtuales que ponen a disposición del público, de modo que

su diseño no solo debe facilitar el uso sino también la comunicación y diálogo con las personas implicadas.

En ese sentido, destaco tres macroelementos distintivos de la comunicación digital que ayudan a potenciar los procesos ciberdemocráticos: (1) interactividad, (2) usabilidad y (3) navegabilidad.

- **Interactividad:** se refiere a las formas en que los usuarios acceden a la información que desean y la capacidad que tiene la plataforma de permitirles seleccionar la información de interés, transformarla, hacer transacciones o proponer nuevas ideas, ya sea de forma grupal o individual bajo la mediación de una jerarquía o no⁴. Cuantas mayores posibilidades tenga el usuario de acceder a la información y retroalimentarla, se logra una mayor interactividad de la plataforma y, así, se genera una red de comunicación entre los usuarios; esto es lo que Castells (2009) llama la "autocomunicación de masas", en que el usuario crea, comparte, consume y recrea información para sí o para una audiencia mayor. Estos procesos interactivos colaboran con la reflexión y contextualización de la información que consumen los usuarios.
- **Usabilidad:** trata sobre la facilidad de uso de las herramientas tecnológicas con el objetivo de simplificar el acceso a su contenido

⁴ Para mayor referencia: Pérez y Revuelta (2011: 12); Kim y Sawhney (2002. En: Bachmann y Harlow, 2012: 43); Ramos (2002).

por parte de los usuarios⁵. La usabilidad no se puede evaluar de forma aislada pues un producto tecnológico no es intrínsecamente usable, sino que es creado para utilizarse por usuarios particulares en un contexto determinado. Para ello, es indispensable el requisito de la accesibilidad; es decir, que los productos tecnológicos tengan un diseño amigable con todos los usuarios sin discriminar.

- **Navegabilidad:** se refiere a las propiedades interactivas de una plataforma tecnológica que permiten a los usuarios identificar las diferentes secciones de contenido y desplazarse entre ellas con cierto grado de eficiencia y sin perder su ubicación. En ese sentido, es importante que, en el momento de diseño de la plataforma tecnológica, se tomen en cuenta no solo los aspectos visuales y gráficos, sino también la facilidad de navegación para el usuario dentro de la plataforma⁶.

Estos tres elementos ayudan a potenciar los procesos democráticos en la Web, en tanto las organizaciones estén dispuestas a escuchar y entender que el control cibernético de la información que se consume no está en poder del emisor, sino de lo que los receptores (ciudadanos, organizaciones políticas, medios de comunicación) decidan hacer con esa información. El objetivo debería ser facilitar la experiencia de los usuarios presentando la información de modo transparente y con facilidad de acceso, sin incurrir en prácticas ajenas a la democracia que derivan en

⁵ Para mayor referencia: Alzua y Galzacorta (2009); Nielsen (2004).

⁶ Para mayor referencia: Jiménez (2007: 129); De Luca (2011:109).

informar solo aquello que no afecte a la institución, pues esto limita la posibilidad del usuario de escoger lo que consume.

6. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CIBERDEMOCRACIA

Ante una evidente reconfiguración de la comunicación política, los cambios ligados a la participación no pueden restringirse a modos tradicionales de acción política. Frente a la desafección surgen nuevas formas de participación no tan mediadas como las tradicionales; y, por esa razón, el uso intensivo y extensivo de Internet implica también nuevas formas de participación ciudadana como la auto-organización, la horizontalidad y la poca o nula vinculación con grupos de interés o coordinadores centrales (Sampedro *et al*, 2013); es decir, encontramos una ciudadanía que desarrolla procesos de comunicación por sí misma y se atreve a opinar en favor o en contra de las organizaciones sin necesariamente sentir afección por alguna en particular. Esta actitud ciudadana puede tener dos resultados: en primera instancia, se abre un portillo para buscar solucionar los problemas de legitimidad de los actuales sistemas políticos gracias a la información que comparten las organizaciones en aras de la transparencia y el diálogo con los usuarios; en segunda instancia, podría perpetuar la deslegitimación y la desafección por la política debido a la información que generan los propios usuarios para defender, atacar o buscar respuestas; es decir, puesto que el espacio es consustancial con lo político (Cairo, 2002), se da un surgimiento de ciberterritorios en los cuales los públicos tienen la posibilidad de pasar de consumidores pasivos a productores de información, una opción que es difícilmente viable en los medios

tradicionales. De esta última consecuencia es necesario preguntarse qué tanta calidad reflexiva posee la información que se consume en la Web.

Bien es cierto que la participación ciudadana no es precisamente la misma en la red que como la conocemos en los sistemas análogos. Los medios de comunicación virtuales poseen la característica de la instantaneidad como punto fuerte de información; sin embargo, esto también deriva en la poca reflexión sobre los contenidos que los usuarios consumen en la Web (Cotarelo, 2002). Para Umaña (2014), la información sin contexto se convierte en ruido; por ello, es un reto para las organizaciones dar información de forma instantánea, necesaria para la Web, a la vez que se evita que carezca de sentido y contexto para los usuarios. No se trata de estar en la web para informar, o en consideración a las tendencias actuales; se trata de saber estar. Si existe una descontextualización e irreflexión sobre los contenidos, es necesario que las organizaciones sepan cuándo y cómo informar y, para ello, deben también conocer las características de los usuarios y del ciberterritorio en el que estos se encuentran inmersos.

Otro reto al que se deben enfrentar las instituciones del Estado es que la Web facilita las acciones individualistas sin que necesariamente avance de igual forma el ejercicio en condición de ciudadano (Cotarelo, 2002); la participación es mayor en número, pero no en calidad o compromiso. Si bien el auge de las redes sociales como medio de intercomunicación entre usuarios permite acciones colectivas, cada quien se rodea de personas que tengan un pensamiento similar o, bien, consume la información que encuentra de interés haciendo su propia

agenda de consumo mediático y organizacional. La deliberación, entonces, se da en parcelas segmentadas, lo cual implica riesgos para la democracia en tanto se mantenga una ciudadanía menos informada de posiciones contrarias o, incluso, de la opinión pública en general (Sampedro *et al.*, 2013). Nos encontramos en una época en la que, si bien existe gran cantidad de participación en los medios sociales, el consumo de información es instantáneo, irreflexivo e individualista, lo que dificulta a las organizaciones comprender cuáles son los intereses comunitarios (Sampedro *et al.*, 2013).

7. Tribunal Supremo de Elecciones: ¿pilar de la (ciber)democracia?

De cara a las afirmaciones precedentes se hace necesario pensar cuál debe ser el papel de los órganos electorales en la construcción de una ciberdemocracia. El TSE, como otra organización del Estado, tiene el deber de mantener una estrecha comunicación para informar a la ciudadanía lo que acontece en cuanto a su dinámica funcional y ámbito de acción competencial. La transparencia, honestidad y constante comunicación son bienvenidas por todas las personas, sobre todo al momento de las elecciones cuando recae, sobre una sola institución, la organización, dirección y vigilancia del proceso electoral⁷.

Consciente del auge de las nuevas tecnologías, el TSE ha realizado distintos esfuerzos por mantenerse presente dentro de la dinámica de

⁷ De acuerdo con el artículo 99 de la Constitución Política costarricense, el TSE tiene la responsabilidad de la "organización, dirección y vigilancia de los actos relativos al sufragio".

comunicación digital. Para ello, la implementación y uso de redes sociales y el sitio web, a la vez que se han comenzado a ofrecer algunos servicios por la vía electrónica⁸; sin embargo, la estrategia de comunicación que unifica estos procesos es incipiente y por ello, aún se encuentra en estado de depuración.

En consideración a lo indicado, y en el entendido de que este campo de estudio es novedoso en Costa Rica (según la literatura consultada), resulta útil una búsqueda de carácter exploratorio que permita posteriores investigaciones que profundicen en el tema.

Así, fue previsto un estudio respecto del uso que el TSE dio a sus principales herramientas digitales, antes, durante y después de las elecciones nacionales de 2014. La justificación que sustenta este análisis reside, primeramente, en comprender cómo funciona el entorno de comunicación digital alrededor del propio órgano electoral y, con esto, determinar cuáles aspectos representan un punto fuerte o un punto débil en lo que a la construcción de una ciberdemocracia respecta. También, los hallazgos del estudio permitirán definir la tendencia del órgano electoral en materia de comunicación digital, así como sus oportunidades de mejora.

⁸ De acuerdo con el modelo de Gobierno Digital costarricense, el TSE posee una gama de servicios que ofrece a la ciudadanía desde la web. Entre ellos: chat para consultas, notificaciones del Registro Civil por correo electrónico, disponibilidad de información civil, inscripción notarial de matrimonios a través de firma digital y la Plataforma de Servicios Institucional (PSI), que ofrece a otras entidades públicas acceso en línea y de forma gratuita a las bases de datos civiles y electorales.

El análisis propuesto, en los términos referidos, se llevó a cabo en el sitio web del TSE, así como sus principales redes sociales⁹, y se dividió en tres periodos de investigación:

- Un año antes del proceso electoral (noviembre de 2012 a enero de 2013).
- Durante el proceso electoral (noviembre de 2013 a enero de 2014).
- 7 meses después del proceso electoral (agosto a octubre de 2014).

A efecto de practicar el análisis de los resultados, fueron evaluados los criterios de usabilidad y navegabilidad, es decir, la forma en la que el sitio web o la red social organiza su diseño para la mejor lectura del usuario así como las opciones de facilidad de uso y acceso que presenta. También se valoró el contenido y la interactividad, o sea, la calidad del contenido de las herramientas y las opciones que dan estas para entablar un diálogo con los usuarios.

8. RESUMEN DE PRINCIPALES HALLAZGOS

8.1. SITIO WEB

a. Descripción breve

La comunicación digital en el TSE comenzó a partir del año 1998 con el lanzamiento del primer sitio web institucional. Era similar a una tarjeta de presentación con números de teléfono y la información sobre de las

⁹ Facebook y Twitter son las redes sociales más utilizadas por los usuarios en la región centroamericana (ComScore, 2014), esta misma tendencia se cumple en el Gran Área Metropolitana costarricense (Unimer, 2014). Aún no hay estudios disponibles sobre otras partes del país.

elecciones fue casi nula. En 2002 se remozó su diseño y, además, se permitió a las y los ciudadanos acceder a información civil, padrón electoral, biblioteca virtual e información para escolares. En 2004 comenzó la publicación, en la web, de resoluciones electorales y algunas registrales, así como normativa del TSE con el fin de actuar de modo más transparente ante la ciudadanía. En contraste con los primeros ensayos, este sitio se presentaba más completo a nivel de contenido.

Durante los siguientes años, el sitio web pasó por tres remozamientos más en su imagen, a lo que se agregó, paulatinamente, una serie de servicios a nivel digital en beneficio de la ciudadanía y otras instituciones públicas o privadas. El último de los cambios realizados se practicó en 2012: esta última transformación implicó una remodelación en su diseño y la inclusión de un espacio debido a la entonces reciente creación del Instituto de Formación y Estudios en Democracia (en adelante: IFED¹⁰); también el sitio actual cuenta con la posibilidad de compartir cada publicación en redes sociales.

b. Hallazgos

En términos generales, el sitio web del TSE no presentó mayores transformaciones durante los periodos de investigación. El único cambio sustancial observado fue durante el proceso electoral, pues se agregó una plataforma sobre las elecciones (que se mantiene hasta la fecha) en

¹⁰ De conformidad con el artículo 309 del Código Electoral vigente, el IFED es una instancia adscrita al TSE que se encarga de formular programas de capacitación dirigidos a la ciudadanía y a los partidos políticos con el propósito de promover los valores democráticos y la participación activa en el marco del régimen democrático costarricense.

la que se incluyen diversas informaciones en relación con partidos políticos, candidaturas, puestos a elegir, domicilio electoral, visualizador de resultados y materiales gráficos (diseño de papeletas, urnas, distintivos, etc.). Además, se incluyó información para y sobre los agentes electorales que participan en la elección, el cronograma electoral y, en aras de la transparencia, el Plan General de Elecciones que implementó el propio TSE.

c. Usabilidad y navegabilidad

A nivel de diseño gráfico se encontró una retícula que mantiene una sola línea gráfica en todas sus páginas, con fotografías e íconos de buena resolución y letra legible. A pesar de ello, también se encontró que el sitio posee tres menús distintos no desplegables, por lo que no anuncian al usuario el tipo de información que va a recibir. Aunado a esto, el volumen de información disponible provoca que sean necesarios muchos “clics” para llegar a la información final, por lo que en términos de usabilidad también dificulta que las personas usuarias puedan acceder fácilmente al contenido que buscan.

Otro aspecto importante de recalcar es que no se puede ingresar de forma correcta a todas las páginas desde un buscador. De hecho, en algunos *browsers* el sitio web del TSE no puede visualizarse¹¹.

¹¹ Inclusive, ante las quejas de algunos usuarios por la imposibilidad de acceso al sitio web, el TSE ha respondido a través de sus redes sociales que recomienda no ingresar a través de buscadores o de accesos directos previamente creados.

Algunas de las características positivas que permiten la usabilidad de la plataforma web es que posee un buscador visible en todas sus páginas, así como el mapa del sitio en la página principal (*index*). Además, cada vez que se ingresa a una página nueva se despliega un menú, en el lado izquierdo de la pantalla, que permite identificar la parte del sitio en la que el usuario se encuentra. Por otro lado, hay una página dedicada a las preguntas frecuentes; sin embargo, aunque esta es una herramienta útil no es fácilmente visible desde la página principal.

Una de las características que más llamo la atención en el momento de realizar el estudio fue que el sitio web ofrecía la posibilidad de emitir opiniones sobre el servicio del TSE. En ese sentido, existía una página a la que se podía entrar para realizar comentarios. A pesar de que es una idea positiva, pues propende hacia el diálogo con las personas usuarias, la página no era visible desde el *index* y, para poder acceder, se tenía que dar un recorrido por tres páginas más.

Aunado a eso, la forma en la que las personas opinaban sobre el servicio era a través de una encuesta en la que todas las preguntas eran obligatorias. Una de las preguntas, por ejemplo, hacía referencia a la oficina regional¹² en la que fue atendido mientras que otra pedía que se especificara el servicio que adquirió en sede central; si el usuario asistió a una oficina regional y no a la sede central (o viceversa), tendría que dejar alguna de esas preguntas en blanco y esa alternativa no era

¹² Organizacionalmente, y de cara a una mejor prestación de sus servicios, el TSE cuenta con 32 oficinas regionales distribuidas por todo el territorio costarricense. En ellas, el usuario está facultado para realizar trámites de su interés en su propia comunidad o, bien, en aquella más cercana a la suya.

permitida por el formulario. Es decir, solo aquellas personas que habían accedido a servicios en oficinas regionales y en la sede central del TSE podían llenar con honestidad el formulario, de lo contrario, tendrían que recurrir a la mentira para lograr opinar sobre el servicio.

d. Contenido e interactividad

El sitio web mantiene en la mayoría de sus contenidos un lenguaje comprensible y sencillo, con ortografía y redacción adecuadas. Respecto del contenido, una organización como el TSE genera gran cantidad de información y el sitio refleja toda la información de sus actividades principales de forma completa, con datos relevantes; empero, algunos contenidos se encuentran desactualizados (organigrama, números de teléfono) y cierta información es técnica, por lo que no se garantiza la comprensión de la totalidad de los usuarios.

Respecto de la interactividad es posible compartir todos los textos dentro del sitio a través de las redes sociales. Se permite el contacto a través de correo electrónico y formularios sencillos; también se pone a disposición del usuario enlaces de interés a información de otras organizaciones afines al TSE.

8.2. REDES SOCIALES

a. Breve descripción

La apertura de las redes sociales institucionales se dio a partir del año 2010. Fueron inaugurados perfiles en Facebook, Twitter y YouTube con el fin de informar y estar en contacto con la ciudadanía durante el

proceso electoral de ese año. Actualmente se mantienen como un medio meramente informativo y de consulta.

En 2012 se abrieron redes sociales por aparte para el IFED, aunque por directriz institucional mucha de la información, en esta plataforma, se replica de la del TSE y no debe desligarse por completo de lo que suceda en las redes institucionales.

b. Hallazgos

Respecto de las redes sociales, el TSE posee dos cuentas activas en Facebook y Twitter, aunque también utiliza con frecuencia su cuenta en YouTube. En cuanto a su uso, es importante recalcar que ha habido un esfuerzo por mantener visibles el logo y los identificadores gráficos del TSE, las imágenes que se utilizan son de buena resolución y se aprovechan adecuadamente las posibilidades de diseño y personalización que proveen las herramientas.

Respecto del contenido, las publicaciones que se realizan son relevantes para el público: servicios que se ofrecen, comunicados de prensa o actividades por realizar a futuro. También se les da seguimiento en tiempo real a las capacitaciones impartidas por el IFED (individualmente o en conjunto con otras instancias del propio TSE) a los partidos políticos y grupos ciudadanos.

Una característica positiva es que el TSE permite que las personas publiquen en su *muro*, sean sus comentarios negativos o positivos, y está habilitado para que las personas usuarias puedan comentar,

etiquetar o interactuar con respecto a sus publicaciones. Sin embargo, también mantiene condiciones de uso en las que aclara la posibilidad de solicitar a los usuarios eliminar aquellos comentarios que resulten ofensivos y/o que atenten contra la dignidad de las personas o, bien, que promuevan intolerancia entre la comunidad. Si lo que el usuario publica, en la subjetividad organizacional, se considera ofensivo (para otras personas o para el TSE); será propiamente la institución la que elimine las publicaciones. El mismo trato que se le da a la publicidad, información partidaria o el *spam*. Incluso, existe la aclaración de que las personas que reiteradamente incurran en esas prácticas, serán “bloqueadas”; es decir, que no se les permitirá expresarse en las redes sociales del órgano electoral; práctica cuestionable en términos de libertad de expresión y de opinión presentes en las estructuras democráticas.

Respecto de la interacción con los usuarios, se da mayoritariamente a través de preguntas y respuestas. Estas últimas no tienen una atención necesariamente rápida (es decir, con un mínimo de 24 horas), ni tampoco lo son las publicaciones informativas. Incluso puede pasar una semana entera sin que haya ninguna actividad de parte de la organización en las redes sociales; sin embargo, en este punto sí se notaron cambios durante y después de los comicios de 2014. Durante el proceso electoral hubo una actividad más proactiva a la hora de informar y con una capacidad de respuesta, ligeramente, más rápida que podría deberse a un aumento en la cantidad de personas involucradas en el monitoreo y atención de consultas de las redes sociales. Respecto del periodo de investigación que incluyó los meses posteriores a ese proceso

electoral, se notó un cambio en el uso de las plataformas, con información sobre las labores del TSE en todas sus áreas, servicios regionales, publicaciones y actividades académicas; sin embargo, no hay una alimentación diaria de las redes sociales en todos los periodos de investigación, puesto que se utiliza más la red cuando hay información por divulgar o consultas por atender. Esto permite convenir en que no existe, desde el TSE, una cultura de generación de contenido para la ciudadanía.

En el caso del IFED, las publicaciones previas y durante las elecciones eran diarias y con proactividad en la generación de contenido e invitación a los votantes a informarse de cara al proceso electoral y a mantener prácticas democráticas en su día a día, situación que aspiraba a promover espacios de reflexión e interacción ciudadana. Sin embargo, con posterioridad al proceso electoral, las plataformas del IFED comenzaron a desarrollarse principalmente a través de Facebook (mermó el uso de Twitter) y se limitó a la información necesaria sobre sus actividades académicas o a la réplica de información de las redes sociales oficiales del TSE; además, las publicaciones dejaron de ser diarias.

Un aspecto positivo es que tanto en las redes sociales oficiales del TSE como en las del IFED se responden los comentarios que los usuarios realizan en la página, con un lenguaje conciso y comprensible, resolviendo sus inquietudes y prestando soluciones para las problemáticas que se plantean.

9. ANÁLISIS DE HALLAZGOS

Como se retrató en los apartados precedentes, el diálogo es fundamental para una vida democrática y, para ello, la ciudadanía debe sentirse empoderada a través del acceso a la información que la haga tomar parte de una ciberdemocracia en construcción, donde la libertad de expresión busca recalar en las instituciones gubernamentales. Sin embargo, es responsabilidad de las propias organizaciones ofrecer información que dé cabida al diálogo y a la interacción con los públicos.

Ahora bien, igualmente debe entenderse que no siempre el acceso a la información implica que quienes acceden a ella comprendan lo que sucede en el contexto político actual, por lo que también es responsabilidad de las organizaciones procurar esa comprensión, reflexión y contextualización de los contenidos por consumir; es decir, no restringir la acción web -en este caso- del órgano electoral a un mero informante, sino también al de promotor de contenido ciudadano.

En el entendido de que existe una tendencia a la irreflexión e individualización de la Web, el propio órgano electoral debe procurar poner a disposición la mayor cantidad de contenido que pretende hacer más equitativos los procesos de comunicación -sobre todo al momento de las elecciones- y convertirse en la principal y más completa fuente de información. Esto lograría un beneficio bilateral ya que, a la vez que la organización cumple un objetivo de legitimación y generación de su propia agenda informativa, el usuario cumple con el requerimiento de información completa que no necesariamente le va a ofrecer un medio de

comunicación u otras organizaciones. Sin embargo, es necesario que exista también un elemento de interacción por el que no solo se acceda al contenido, sino que este se consuma de la forma adecuada.

De acuerdo con la investigación, a pesar de que el sitio web del TSE no se ha transformado sustancialmente, el contenido del sitio es completo, el TSE informa pero no promueve la participación, ni interactúa por este medio con los usuarios, el hecho de que no ha habido cambios significativos en sitio, puede evidenciar una falta retroalimentación entre la institución y la ciudadanía.

Es decir, por la estructura que presenta pareciera que el único objetivo del sitio es tener disponible la información sin ningún esfuerzo por generar un diálogo con la ciudadanía, o incluso, procurar que esta utilice el contenido para la reflexión. Esto puede ser visto desde dos aristas: (1) que el TSE mantiene una comunicación transparente con la ciudadanía al poner a su disposición todo tipo de información sobre el quehacer institucional, cuestiones administrativas (por ejemplo: organigrama, salarios, actas de sesión de los magistrados, normativa interna), jurisprudencia y publicaciones de interés; y, (2) que, muy a pesar de lo anterior, pareciera que al TSE no le interesa mantener un diálogo con la ciudadanía ni recibir retroalimentación pues no se explotan esos espacios dentro de su web.

Asimismo, no cumple a cabalidad con los criterios de usabilidad y navegabilidad que procuran la promoción de procesos en ciberdemocracia. La plataforma no hace sencilla la experiencia del

usuario en la obtención de información, básicamente por la estructura esa y no porque el contenido no se encuentre a disposición del público.

En el caso específico de las redes sociales es más necesario evaluar el desempeño de la ciberdemocracia en términos de diálogo e interacción. Si bien se utilizan las posibilidades que brindan las herramientas, la información no es proactiva; es decir, la organización comunica con ocasión de coyunturas específicas o por presión de los acontecimientos y la propia ciudadanía, pero no es la constante en los procesos anteriores y posteriores al electoral. En síntesis, hay un déficit en la inversión en capital de relacionamiento.

Por otro lado, las redes sociales han funcionado como medio de comunicación pero, pocas veces, como medio de retroalimentación. Los comentarios que el propio TSE realiza son para informar sobre actividades, notas de prensa y sobre servicios, y estos no invitan a los usuarios a comentar, participar o dar su opinión sobre esos aspectos, por lo que se impide estrechar relaciones. El TSE se ha limitado a informar solo cuando tiene algo nuevo que decir, olvidando que la repetición es básica en la Web, partiendo del gran flujo de información que un mismo usuario recibe de diferentes partes del mundo virtual.

Asimismo, los espacios de interacción son pocos o nulos, e incluso se cuestiona que el propio órgano electoral ponga las reglas (ver anexo) sobre las formas de interactuar estableciendo límites en la expresión y la opinión de los usuarios que deseen externar sus ideas, válidas o no, en las plataformas del TSE. Aunque se mantiene un diálogo, lo es solo para

consultas, pero no para aprovechar la reflexión sobre los contenidos que puedan resultar de interés para la ciudadanía en aras de la promoción de las prácticas y valores de los procesos democráticos.

10. CONCLUSIONES

Como corolario del estudio propuesto, se puede convenir en que el TSE ha invertido en generar plataformas tecnológicas que le permitan comunicarse de una mejor forma con sus diferentes públicos. Empero, estas plataformas cuentan con amplios espacios de mejora en términos de usabilidad, pero sobretodo de interacción y diálogo con la ciudadanía.

En pro de procesos electorales más transparentes, el órgano electoral no debe restringir su identidad comunicadora a la presentación de información a los usuarios; más bien, debe procurar no solo la recepción del contenido, sino también su reflexión y contextualización a través de procesos de interacción y diálogo ciudadano. Es responsabilidad de la propia organización tanto ofrecer calidad de contenido cuanto procurar la capacidad reflexiva de los consumidores de esa información, así como permitirse recibir retroalimentación que le permita mejorar esos procesos comunicativos. La limitación ciberdemocrática del TSE no pasa por restricciones en el acceso al contenido ni por su calidad, sino más bien, por los pocos espacios de interacción que se ofrecen a la ciudadanía con el propósito de promover una reflexión seria y adecuada.

En el entorno digital del TSE se ha comprendido la necesidad de informar, pero no de cómo funciona el ciberterritorio en términos de

ciberdemocracia participativa. El órgano electoral va por buen camino, pero necesita prestar más atención a los requerimientos del público y cumplir, también, con una responsabilidad de promoción de reflexión sobre los contenidos. La mesa está servida.

Literatura consultada

- Alzua, A. y Galzacorta, M. (2009). "Usabilidad y confort". En: Carreras, C. (ed.) *Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodología y estudio de caso*. España: Editorial UOC.
- Bachmann, I. y Harlow, S. (2012). "Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos: avances en una transición incompleta". En: *Cuadernos de Información* (30): 41-52.
- Brenes, L.D. (2013). *El rol político del juez electoral*. San José: IFED-TSE.
- Cairo, H. (2002). "Flujos de información y transformaciones del espacio de la política". En: Cairo, H. (Ed.). *Democracia digital: límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.
- Cancelo, M. (2007). "La Comunicación Gubernamental". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. (98):72-75.
- Canel, M.J. (2008). *Comunicación de las instituciones Públicas*. Madrid: Tecnos.
- Canel, M.J. y Sanders, K. (2010). "Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión". En: *Comunicación y sociedad*, Vol XXIII, 7-48.
- Carvalho, M. (2011). *A territorialidade e a dimensão participativa na ciberdemocracia: o caso do Fórum Mundial Social*. Salvador de Bahía: Edições VNI/UCSAL. [TRADUCCIÓN LIBRE]

- Castro, A. (2012). *Democracia y ciudadanía activa: valores y prácticas*. San José: Instituto de Formación y Estudios en Democracia.
- ComScore (2014). *El Estado de Internet en Centroamérica*. Estados Unidos: El autor.
- Corporación Latinobarómetro (2013). *Informe Latinobarómetro 2013*. Santiago, Chile: La Corporación.
- Cotarelo, R. (2002). "¿Democracia electrónica vs. democracia deliberativa?" En: Cairo, H. (Ed.). *Democracia digital: límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.
- Dahl, R. (2012). *La democracia*. Estados Unidos: Planeta.
- De Luca, D. (2011.) *HTML5: entienda el cambio, aproveche su potencial*. Buenos Aires: Usershop.
- Favarin, A. (2010). "Comunicação dialógica da era 2.0 como oportunidade para as relações públicas". En: Carvalhal, M. y Chamusca, M. (Ed.) *Relações Públicas Digitais: O pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais*. Salvador de Bahía: Edições VNI/UCSAL. [TRADUCCIÓN LIBRE]
- Fernández, A. B. (2009). "Tendencias de las acciones de RRPP desarrolladas en instituciones públicas de carácter político". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, (6):248-261.
- García y Pou (2003). "Características de la comunicación digital, capítulo 1. En: Díaz y Salaverría (Ed.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Grunig, J. y Hunt, T. (1984). "El concepto de las relaciones públicas, capítulo 1". En: *Managing Public Relations* (pp. 3-11). Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. y Hunt, T. (2000). *Dirección de relaciones públicas*. España: Gestión 2000.
- Jiménez, J. (2007). *Mercadeo.com: apuntes prácticos sobre imagen, mercadeo y ventas para empresarios y gerentes*. Caracas: Cograf.
- LAPOP, El Barómetro de las Américas por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina (2012). *Cultura política de la democracia en Costa Rica y*

en las Américas, 2012: hacia la igualdad de oportunidades. Estados Unidos: Universidad de Vanderbilt.

Nielsen, J. (1994). "Heuristic evaluation". En: Nielsen, J. y Mack, R. (Eds.). *Usability Inspection methods*. Nueva York: John Wiley & Sons [TRADUCCIÓN LIBRE].

Pérez, L. y Revuelta, F. (2011). *Interactividad de los entornos en la formación on-line*. Barcelona: Editorial UOC.

Puig, T. (2010). "Reflexiones informales sobre la comunicación de ciudades". En: Ivoskus, D. *et al. Cumbre Mundial de Comunicación Política*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.

Ramos, I. (2002). "El desarrollo de los gobiernos digitales en el mundo". En: Cairo, H. (Ed.) *Democracia digital: límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.

Sabés, F. y Verón, J. (2008). *La gestión de la información en la administración local*. Sevilla: Comunicación Social.

Sampedro, V. *et al.* (2013). "Ciudadanía y tecnopolítica electoral. Ideales y límites burocráticos a la participación digital". En: *Revista Co-herencia* (10):105-136.

UNIMER (2014). *Resumen de estudio Red 506*. San José: Autor.

Umaña, R. (2014). *El futuro de la comunicación y lo que la Internet debería aprender del Dun Dun*. Conferencia presentada en el I Congreso de Comunicación, Ingeniero Carlos Manuel Reyes Zamora, llevada a cabo el 24 de setiembre de 2014. San José, Costa Rica.

Anexo

Políticas de uso de perfiles institucionales

Los perfiles en redes sociales del TSE son espacios destinados a la comunicación entre nuestros usuarios y la Institución, a efecto de compartir información, escuchar y retroalimentarnos mediante el diálogo abierto con los costarricenses que amablemente nos siguen. Con el fin de garantizar el mejor uso de este recurso, solicitamos la colaboración de nuestros seguidores en el cumplimiento de las siguientes condiciones:

1. Utilice un lenguaje respetuoso. Estamos abiertos a la discusión sana y asertiva. Comprendemos que puede haber diferencias de criterio; sin embargo, no aceptaremos comentarios ofensivos, sexistas, racistas o que atenten contra la dignidad de las personas.

2. No se aceptarán comentarios que afecten el honor, intimiden o acosen a cualquier persona, incluidos los usuarios del TSE y sus funcionarios. Tampoco se admitirá contenidos que resulten hirientes o pornográficos o que contengan rasgos de violencia o inciten a ella. La administración tampoco tolerará en esta página manifestaciones que pretendan difundir un discurso de odio.

3. En casos calificados y cuando una persona incurra reiteradamente en las conductas antes mencionadas, la administración de esta página eliminará esas publicaciones o procederá a bloquear al usuario.

Ante comentarios como los señalados en los puntos anteriores, la administración de esta página solicitará al usuario eliminar su comentario en un lapso de 5 minutos. De no hacerlo, la administración borrará el comentario y guardará respaldo del mismo.

En caso que la persona usuaria incurra en ese tipo de expresiones en 3 ocasiones, la administración se reserva el derecho de bloquearlo.

4. Los comentarios, hipervínculos o contenido de carácter "spam", así como mensajes publicitarios o de promoción de marcas, servicios u otras páginas, links promocionales o solicitudes de votos serán eliminados. Esta página tampoco admitirá la publicación de propaganda relativa a partidos políticos.

5. Nuestros perfiles institucionales no sustituyen los mecanismos establecidos en la jurisdicción electoral. Por disposición legal el TSE no inicia trámites, investigaciones ni procesos jurisdiccionales sobre la base de denuncias anónimas o formuladas por medios que no permitan verificar la identidad de quien las gestiona. Cualquier persona que tenga conocimiento de hechos que a su juicio constituyan faltas electorales, deberá formular la denuncia correspondiente en la Secretaría General del TSE en el 6° piso de la Sede Central, frente al Parque Nacional (o en sus 32 oficinas regionales), ya sea personalmente, a través de tercera persona, con la firma del denunciante autenticada, o vía correo electrónico a secretariotse@tse.go.cr mediante firma digital.