

INFORME DE ENCUESTA:



LA PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN
UNIVERSITARIA SOBRE LA
COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

NOVIEMBRE-DICIEMBRE,
2021

INFORME DE ENCUESTA:

LA PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN
UNIVERSITARIA SOBRE LA
COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA NOVIEMBRE-DICIEMBRE,
2021

Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO-UNA)

Informe de encuesta: La percepción de la población universitaria sobre la comunicación política en la comunidad universitaria.

Recolección de datos de la encuesta: noviembre-diciembre 2021

Publicación del informe de Encuesta: marzo, 2024

Elaborado por Norman José Solórzano Alfaro

Equipo de Investigación Umbral Político:

Dr. José Andrés Díaz González (coordinador)

Msc. Sindy Mora Solano

Dr. Norman José Solórzano Alfaro

Dra. Laura Solís Bastos

Dr. Onésimo Rodríguez

Equipo Centro Tecnológico de Investigación Social (CETIS):

Dra. Laura Solís Bastos (Coordinadora)

MRSS. Yirlania Margoth Solano Chaves

M.Sc. Sharon Rodríguez Brenes

Bach. Marianela González Varela

Mag. Stephanie Cordero Cordero (Estadística)

Carlos Sánchez Rojas (Técnico en informática)

Livan Gómez Hernández (Técnico en informática)

Diseño:

Mco. Mónica Calderón Solano

Estudiantes de apoyo a gestión académica para la recolección de datos:

Lilliam Solano Quesada

Joselyn Ivannia Peraza Aguirre

Estudiantes de apoyo en la confección de cuadros, tablas y gráficos:

Sharon Resinos Carvajal

Karla Hernández Hernández

Estudiantes que participaron en pruebas de instrumentos:

Ada Raquel Vázquez Peña

Adrián Morales Castro

Ana Cristina Mata Tijerino

Andrés González Varela

Angélica Méndez Villarevia

Daniela Duarte Madrigal

Dayan Chaves Araya

Diego Alexander Baca Yarlequé

Elira Ocampo Wilson

Fabiola Campos Marín

Irina Alejandra Coronado López

Ismael Moreno Solano

Jackeline Rebeca Cordero Gutiérrez

Jeustin Marín Chinchilla

Jimena Sánchez Monge

José Andrés Sánchez Hernández

Joselin Arce Vargas

Joselyn Ivannia Peraza Aguirre

Kaber Lorenzo Mena Saborío

Katalina Villalobos Sánchez

Lilliam Solano Quesada

Luis Daniel Alfaro Rodríguez

María Estefanny Ramírez Zúñiga

María Fernanda Vargas Matamoros

María Isabel Barrantes González

María José Agüero Fernández

María Paola Murillo Ortega

Marianela Quesada Ordóñez

Melania María Sánchez Bustamante

Mónica Arias Zamora

Mónica Morales Segura

Nancy Quirós Talavera

Naomy María Gómez Chavarría

Nataly Segura Molina

Nicole Cortés Cordero

Pamela Barrantes Ramirez

Paula Nicole Moraga Camareno

Shantal Maxwell Edwards

Tatiana Torres Arias

Tirza Morales Hernández

Verónica Alvarado López

Viviana Cartín Núñez

Wendy Mora Torres

Pamela Jiménez Segura

Yendry Pérez Arostegui

Daniela Espinoza Noguera

CONTENIDO

Descripción general	• 7
Método	• 9
Caracterización de las poblaciones que respondieron la encuesta	• 11
1.Población académica y administrativa	• 11
2.Población estudiantil	• 14
Resultados generales	• 17
1. Nivel de información sobre los procesos electorales	• 17
2. Medios de comunicación usados para informarse sobre los procesos electorales	• 18
3. Aspectos que tienden a influir en el voto	• 20
a. Lo que influye en el voto del funcionariado	• 20
b. Lo que influye en el voto del estudiantado	• 24
4. Atributos del liderazgo universitario	• 28
5. Atributos del liderazgo estudiantil	• 33
Epílogo.....	• 35
Anexos	• 37



DESCRIPCIÓN GENERAL

La encuesta *La percepción de la población universitaria sobre la comunicación política en la comunidad universitaria*¹ se levantó con el objetivo de estudiar las percepciones de la comunidad universitaria, en sus tres sectores: académico, administrativo y estudiantil, sobre las formas y mecanismos para la comunicación política en la Universidad Nacional.

Esta encuesta es la última de seis, que forman parte de las acciones emprendidas por el programa Umbral Político mediante la actividad académica denominada *La universidad imaginada. Materiales sobre la universidad necesaria en las sociedades del siglo XXI*, código SIA: 0604-19, bajo la responsabilidad del investigador Norman José Solórzano Alfaro. El objetivo general de las encuestas es conocer y analizar la cultura política institucional, a partir de las percepciones que sobre su vivencia tienen las personas de la comunidad universitaria de la UNA.

Desde la perspectiva temática, esta sexta encuesta aborda el libre flujo de las ideas y la información, así como el debate sobre estas, por lo que comprende cuestiones referentes al nivel de información que tienen las personas universitarias acerca de los procesos electorales, el uso de los medios de comunicación por los que se informan sobre tales procesos, y las situaciones y factores que influyen en la formación de su decisión electoral. Adicionalmente, se consulta sobre atributos que las personas universitarias consideran que deben tener aquellas que se presentan a elección por algún cargo universitario.

Esta sexta encuesta complementa la primera en aquellos aspectos vinculados con los medios de comunicación que se usan para informarse sobre el acontecer universitario.

Los cuestionarios empleados para este estudio estuvieron conformados por 4 preguntas con 22 ítems asociados a las variables temáticas de interés;

adicionalmente comprende algunas variables sociodemográficas como género, edad, unidad de adscripción, entre otras, las cuales permiten describir las características de las poblaciones encuestadas.

El presente informe incluye la información recolectada en los siguientes periodos:

- a) El formulario para personas funcionarias: entre el 1 de noviembre y el 2 de diciembre de 2021.
- b) El formulario para la población estudiantil: entre el 1 de noviembre y el 2 de diciembre de 2021.

Por tratarse de encuestas autoadministradas, que se podían completar en cualquier momento dentro del periodo en que se mantenían activos los formularios, y cuya realización dependía de la disponibilidad de las personas, se realizaron varios recordatorios con la intención de aumentar la cantidad de formularios completos, previos al cierre de la recepción de respuestas.

Los resultados representan las percepciones de las personas que efectivamente contestaron la encuesta. Dadas circunstancias como el desarraigo y distanciamiento de la población universitaria, provocadas por la implementación de las medidas sanitarias para enfrentar la pandemia del Covid-19, así como alguna renuencia a completar encuestas autoadministradas, y la baja utilización del correo institucional, principalmente por parte del estudiantado, entre otras, se enfrentó el problema de una disímil recurrencia de respuestas entre los diversos sectores encuestados.

Del universo de la población de personas académicas y administrativas a las que se remitió la encuesta se obtuvo un 8,3% de respuestas o formularios completos (273). En el caso del universo de la población estudiantil, se logró un 0,7% de respuestas o formularios completos (281).

Esto hace que los resultados no sean extrapolables a toda la población universitaria, aunque sí ofrecen una “fotografía” o imagen relevante sobre el estado de la cuestión abordada, útil para la toma de decisiones e impulso de acciones que busquen activar, potenciar y profundizar la vida democrática institucional.

¹ Esta encuesta comprende dos cuestionarios, según el tipo de población a la que se dirigía: *La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria* (IDESPO-UNA, noviembre-diciembre, 2021) y *La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria*. (IDESPO-UNA, noviembre-diciembre, 2021).



MÉTODO

La encuesta se levantó en el Centro Tecnológico de Investigación Social (CETIS) del IDESPO, mediante el envío personalizado al correo institucional de cada persona miembro de la comunidad universitaria.

Se tomó como población de estudio a todas las personas de los sectores académico, administrativo y estudiantil de la UNA, que tienen cuenta de correo institucional vigente según la información suministrada por el Departamento de Registro, para el caso del estudiantado y por el Programa de Desarrollo de Recursos Humanos, para el caso de la población funcionaria.

El cuestionario se remitió a 3295 personas de los sectores académico y administrativo y a 37846 del sector estudiantil. Se recibieron 273 respuestas del primer grupo y 281 del segundo grupo.

Los datos se recolectaron mediante envíos de correo electrónico, mediante una lista de la forma: nombre, apellido y correo electrónico, con la que se conforma una estructura de participante de la encuesta. Los envíos se realizaron en grupos de 500 correos en forma secuencial. La persona informante, ya sea estudiante o funcionaria, abre su correo y procede a dar clic o aceptar en el enlace de la encuesta, una vez completado el formulario vuelve a dar clic para enviarlo y completar el proceso de entrevista. Las entrevistas completas se transmiten a una base central, cuyos datos se exportan para su análisis.

En la Tabla 1 se presenta una síntesis de los aspectos metodológicos de la encuesta.

Tabla 1. Síntesis metodológica		
Fecha de encuesta:	1. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria, del 1 de noviembre al 2 de diciembre de 2021. 2. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria, del 1 de noviembre al 2 de diciembre de 2021.	
Modalidad de la entrevista:	Autoadministrada, mediante correos institucionales	
Población de interés:	Personas de los sectores académico, administrativo y estudiantil	
Sectores de estudio	Académico y administrativo	Estudiantil
Total de la población	3295	37846
Total de personas que contestaron	273	281
Marco muestral	Listado del personal académico y administrativo y del estudiantado actualizado a diciembre de 2020	
Selección de personas:	La selección es de personas voluntarias que deciden responder el cuestionario. Para el sondeo se hace un envío masivo de cuestionarios a los correos personales institucionales para obtener el mayor número de respuestas posibles.	

Fuente: IDESPO-UNA. Encuestas *La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria* (noviembre-diciembre, 2021) y *La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria* (noviembre-diciembre, 2021).



CARACTERIZACIÓN DE LAS POBLACIONES QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA

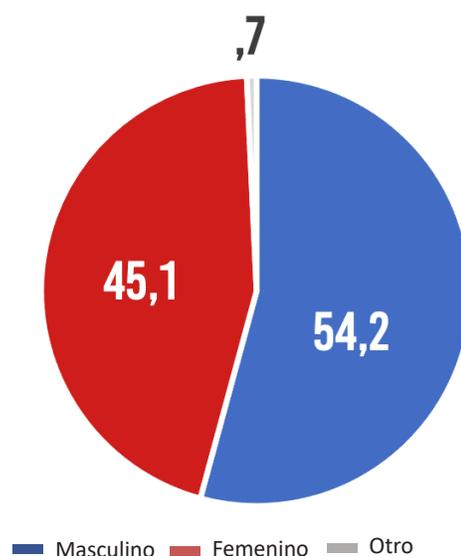


En el presente informe de esta sexta encuesta comprenderemos a las poblaciones que respondieron la consulta en dos bloques: por un lado, la población académica y administrativa, que se considerará de forma conjunta bajo denominaciones como “personas funcionarias”, “personal universitario”, entre otras; por otro lado, la población estudiantil o estudiantado.

1. Población académica y administrativa

En términos de género, la población de personas funcionarias que respondió la encuesta se identificó 54,2% femenina, 45,1% masculina, y 0,7% con otra identidad de género (Gráfico 1).

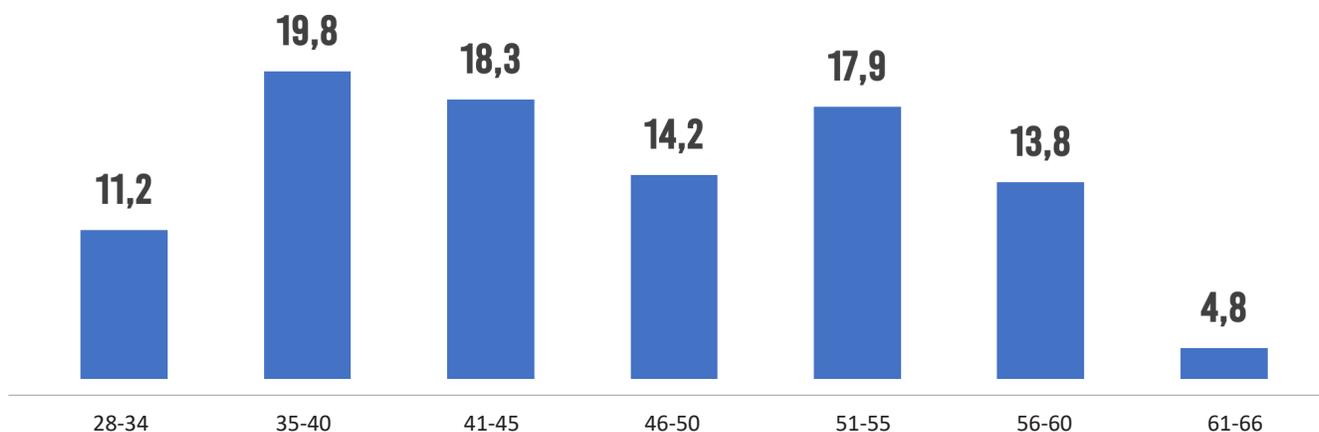
Gráfico 1. Distribución porcentual de personas funcionarias según género, n= 273



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

Esta población se distribuye en diversos rangos de edad, así: 11,2% tiene entre 28 y 34 años; 19,8% entre 35 y 40 años; 18,3% está entre 41 y 45 años; 14,2% ha cumplido entre 46 y 50 años; 17,9% dijo tener entre 51 y 55 años; 13,8% tiene entre 56 y 60 años, y 4,8% ha cumplido entre 61 y 66 años (Gráfico 2).

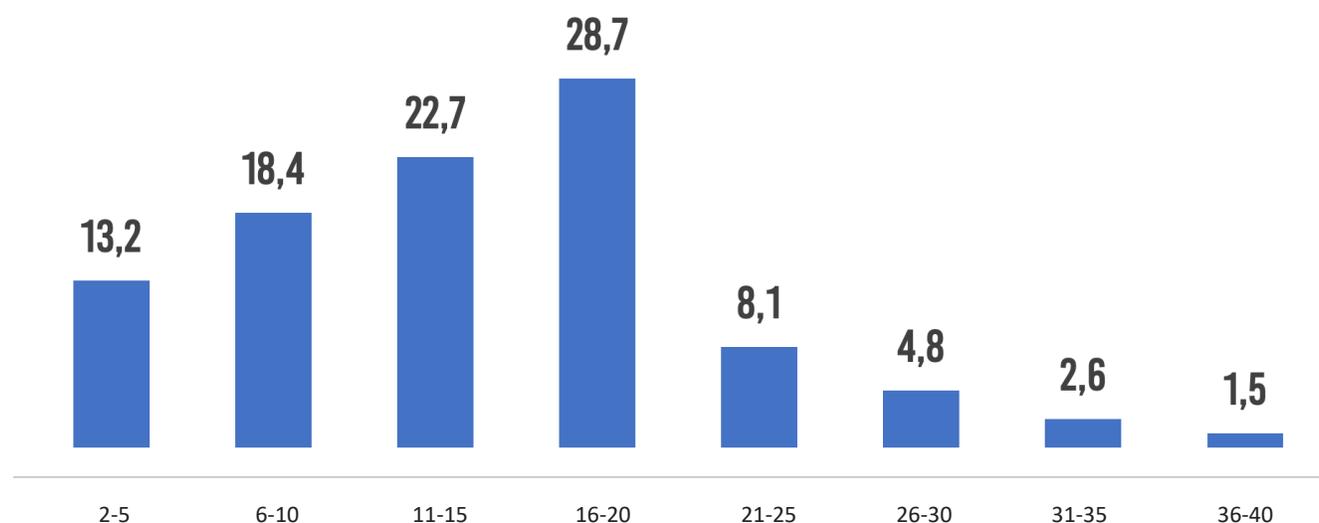
Gráfico 2. Distribución porcentual de las personas funcionarias según rango de edad, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

El tiempo de servicio en la institución también es variado, de modo que 13,2% ha prestado servicios entre 2 y 5 años; 18,4% lo ha hecho entre 6 y 10 años; 22,7% tiene entre 11 y 15 años; 28,7% ha estado en la institución entre 16 y 20 años; 8,1% ha estado entre 21 y 25 años; 4,8% entre 26 y 30 años; 2,6% entre 31 y 35 años y 1,5% ha permanecido sirviendo entre 36 y 40 años (Gráfico 3).

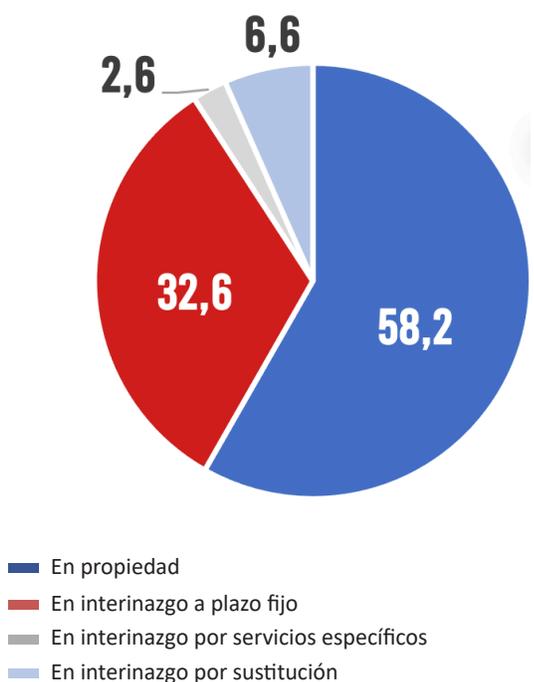
Gráfico 3. Distribución porcentual de las personas funcionarias según años de servicio, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

La condición de contratación de la población académica y administrativa que respondió esta sexta encuesta se distribuye en 58,2% de personas en régimen de propiedad; 32,6% en interinazgo en plaza a plazo fijo; 2,6% estaba contratada por servicios específicos, y 6,6% con condición interina por sustitución (Gráfico 4).

Gráfico 4. Distribución porcentual de personas funcionarias según condición de contratación actual, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021

A la vez, según el tipo de jornada, 89% está nombrada a tiempo completo; 2,2% lo está por jornada de $\frac{3}{4}$ de tiempo; 3,7% tiene asignado $\frac{1}{2}$ tiempo y 5,1% tiene contrato por $\frac{1}{4}$ de jornada (Gráfico 5).

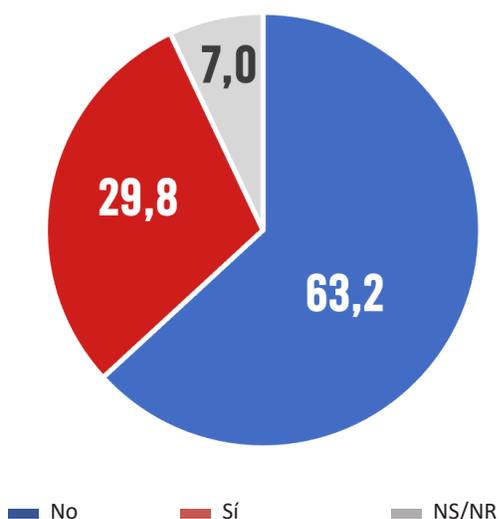
Gráfico 5. Distribución porcentual de personas funcionarias según su tipo de jornada, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre el ejercicio de la autoridad y el activismo universitario. Agosto-Setiembre, 2021.

Finalmente, a los fines de interés de esta serie de encuestas, es relevante conocer si las personas que respondieron estaban dentro del padrón electoral para alguna de las elecciones que se realizaron en el año 2020, respecto de la cual resulta que 63,2% no estaba en el padrón electoral, frente a 29,8 que sí lo estaba y 7% que no sabe o no responde esta pregunta (Gráfico 6).

Gráfico 6. Distribución porcentual de personas funcionarias según si se encontraban en el padrón electoral para alguna de las elecciones que se realizaron en el 2020, n=114

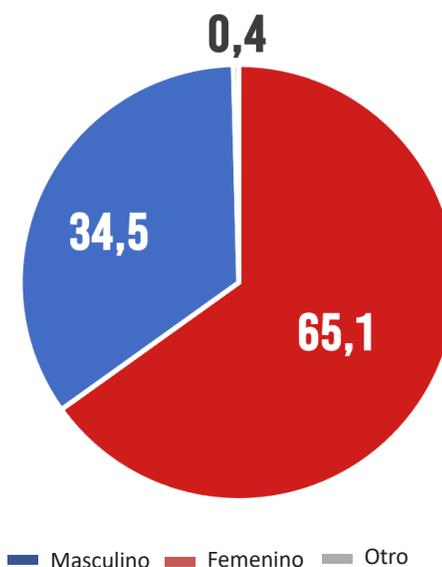


Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre el ejercicio de la autoridad y el activismo universitario. Agosto-Setiembre, 2021.

2. Población estudiantil

Con relación a la población estudiantil, según género, 34,5% de quienes respondieron la encuesta se identifican de género masculino, 65,1% femenino, y 0,4 tiene otra identidad de género (Gráfico 7)

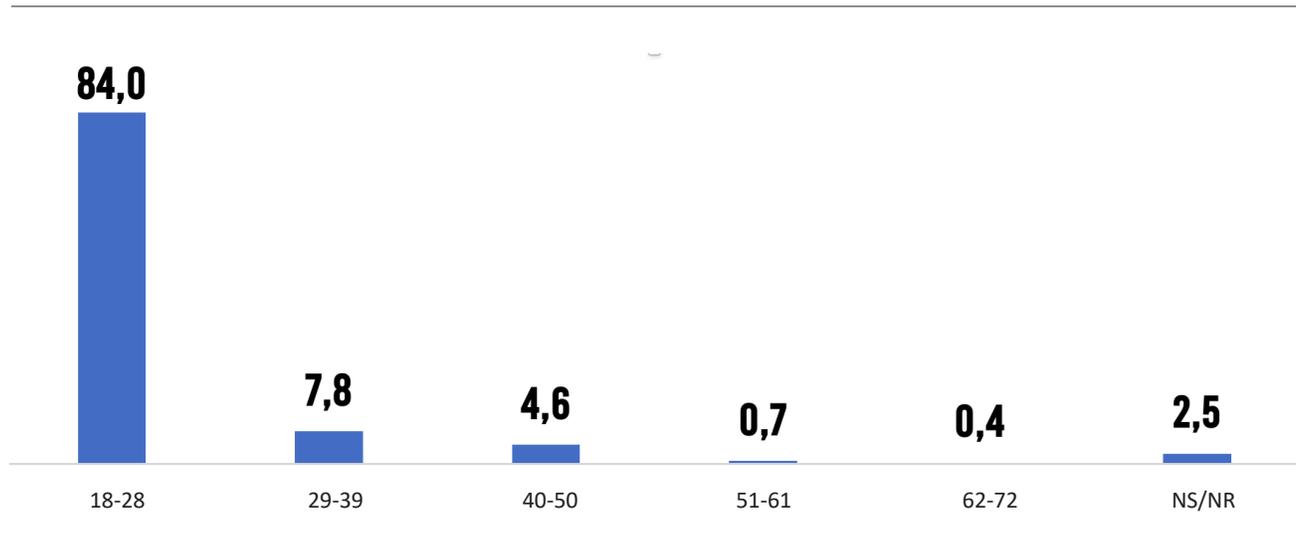
Gráfico 7. Distribución porcentual de estudiantes según género, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

El estudiantado universitario es mayoritariamente joven. Esto también resulta así entre las personas que respondieron la encuesta, pues 84% tiene entre 18 y 28 años; 7,8% tiene entre 29 y 39 años; 4,6% tiene entre 40 y 50 años, y 1,1% está entre 51 y 72 años (Gráfico 8).

Gráfico 8. Distribución porcentual de estudiantes según rango de edad, n=281

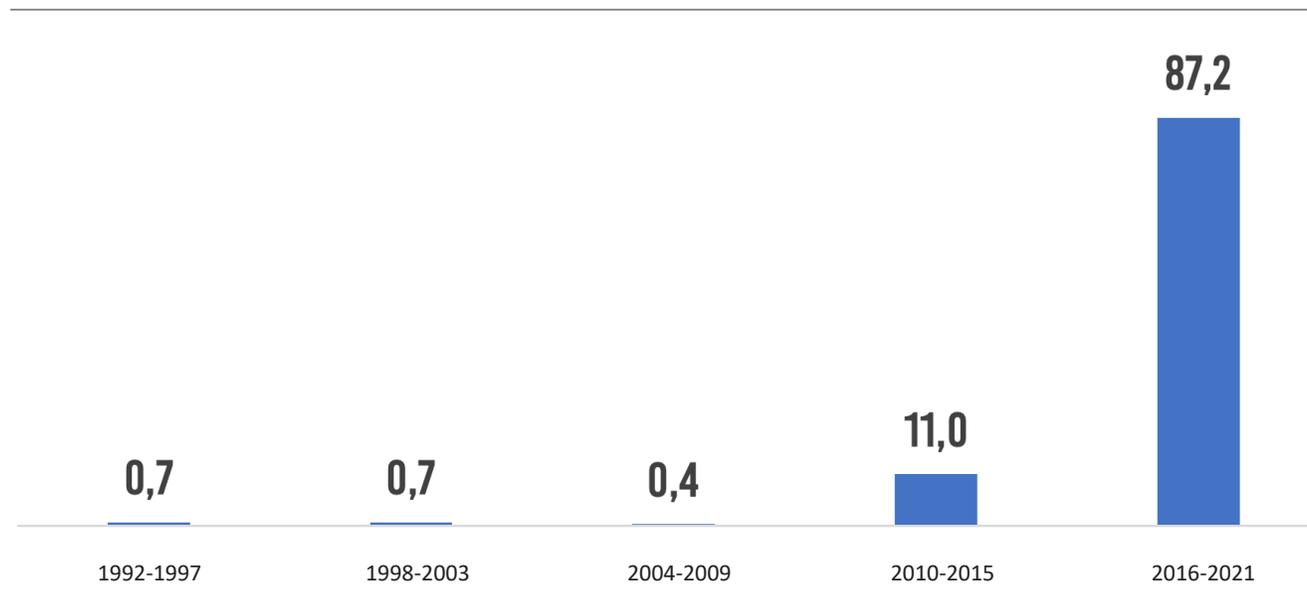


Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

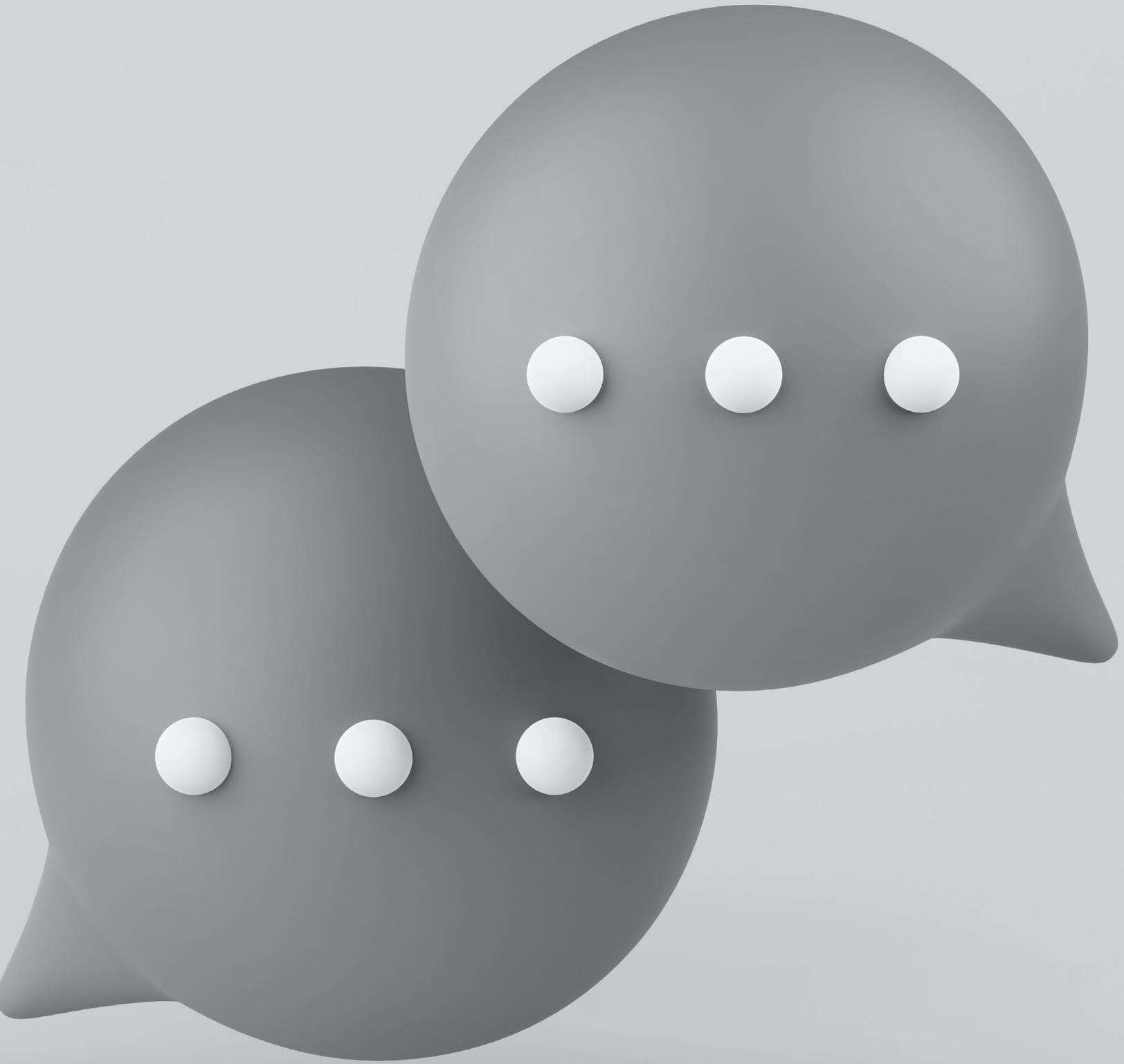
Esto indica que la Universidad Nacional sigue abocada a la atención de la formación profesional de personas jóvenes. Sin embargo, progresivamente deberá atender a los segmentos adultos y adultos mayores debido, entre otros factores, a los cambios en el mundo laboral y a la transición demográfica y el envejecimiento poblacional en el país.

Esta población estudiantil que respondió la encuesta también era de relativo reciente ingreso, pues 87,2% había ingresado entre 2016 y 2021, y 11% lo había hecho entre 2010 y 2015 (Gráfico 9).

Gráfico 9. Distribución porcentual de estudiantes según año de ingreso, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.



RESULTADOS GENERALES

En una organización democrática resulta fundamental el libre flujo de las ideas y la información, así como el debate transparente y suficiente sobre estas; esta es la base, en general, para la toma de decisiones y, en particular, para la formación de la voluntad política que se expresa en los procesos electorales. Por eso es relevante conocer las opiniones de las poblaciones universitarias sobre el funcionamiento de la comunicación política respecto de los procesos electorales en el ámbito de la UNA.

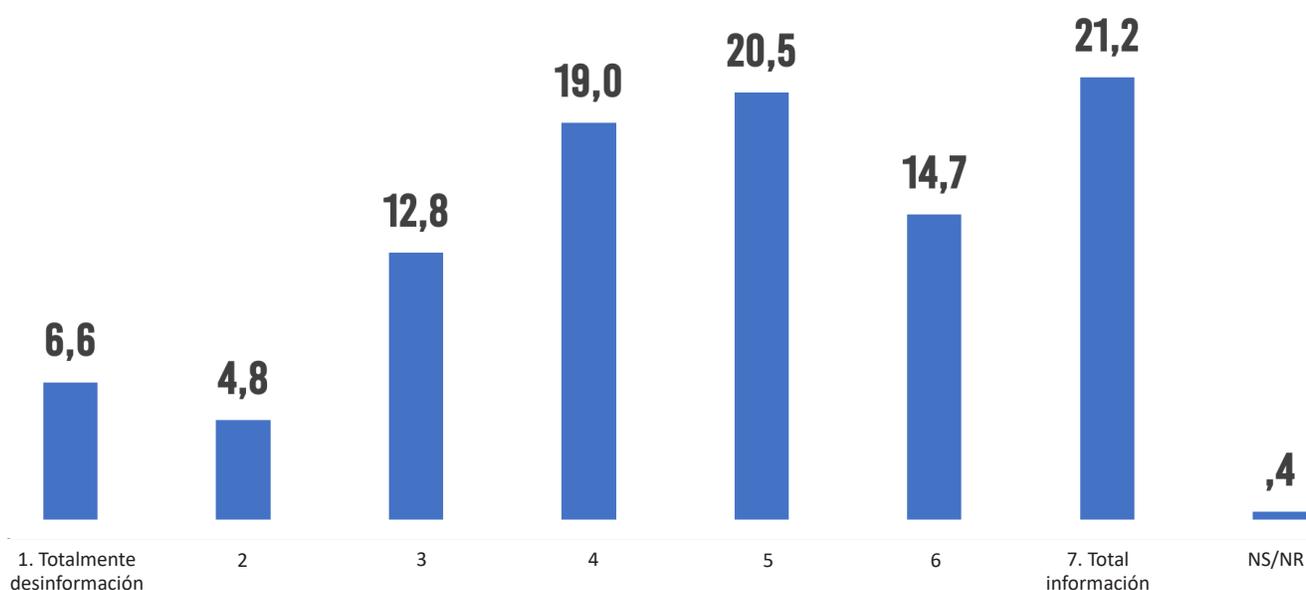
1. Nivel de información sobre los procesos electorales

De ahí que es oportuno reconocer el nivel de información que tienen las personas que respondieron la encuesta acerca de los procesos electorales que se realizan en la UNA. Para ello

se les solicitó que mediante una escala de 1 a 7 (1 = total desinformación y 7 = total información) indicaran su nivel de información sobre este tópico. A la vez, para la presentación de estos resultados se agruparán tres bloques, uno es de quienes están entre moderadamente desinformados (3) y totalmente desinformados (1), otro de quienes están entre moderadamente informados (5) y totalmente informados (7) y un tercer bloque de quienes mantienen una posición neutra o indiferente (4) o entran en la no respuesta (Ns/Nr).

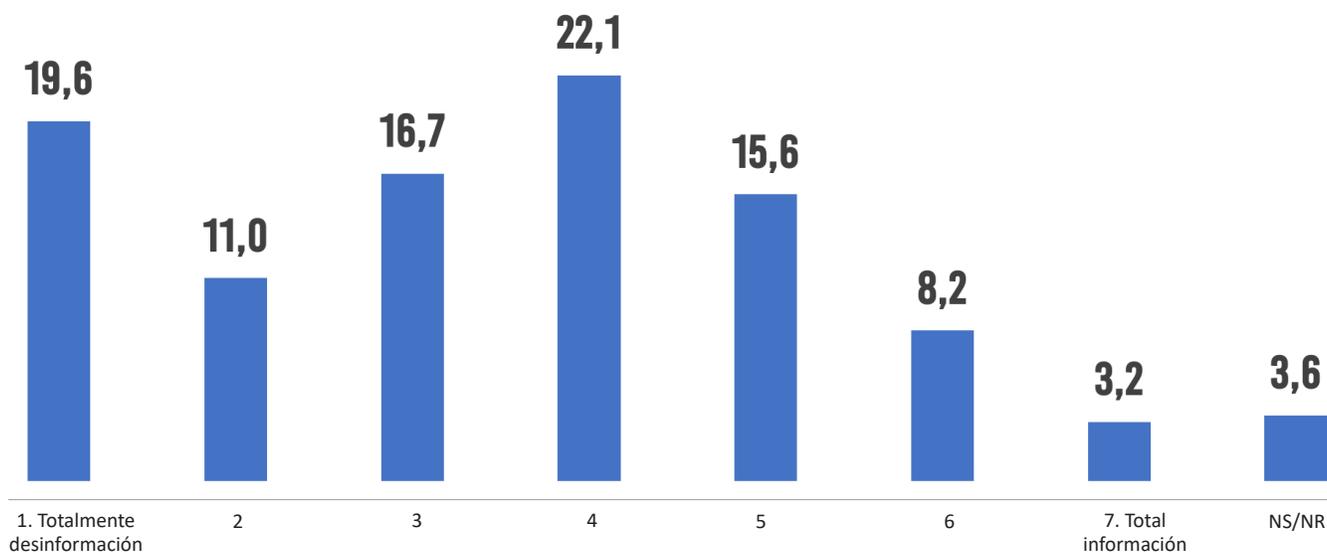
Entre el personal universitario resulta que 56,4% dice estar entre moderadamente informado y totalmente informado sobre estos procesos, mientras que 24,2% dice estar entre moderadamente desinformado y totalmente desinformado, con un resto de 19,4% que se reporta dentro del margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 10).

Gráfico 10. Distribución porcentual de personas funcionarias según el interés en la política universitaria, n=385



Entre el estudiantado respondiente, resulta que 27,1% se dice estar entre moderadamente informado y totalmente informado, mientras que 47,3% dice lo contrario, pues se considera entre moderadamente desinformado y totalmente desinformado; además, hay 25,7% que está en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 11).

Gráfico 11. Distribución porcentual de estudiantes según su nivel de información acerca de los procesos electorales que se realizan en la UNA, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

2. Medios de comunicación usados para informarse sobre los procesos electorales

Los relativos bajos niveles de información sobre los procesos electorales, que entre el funcionariado apenas supera la mitad de la muestra que respondió la encuesta, y entre el estudiantado no llega a tres de cada 10 personas que tenga algún nivel de información, puede estar vinculado a los medios por los que la información fluye o debiera hacerlo para que resulte accesible, veraz y comprensible, sobre todo cuando se trata de procesos electorales en los que se compromete el devenir institucional.

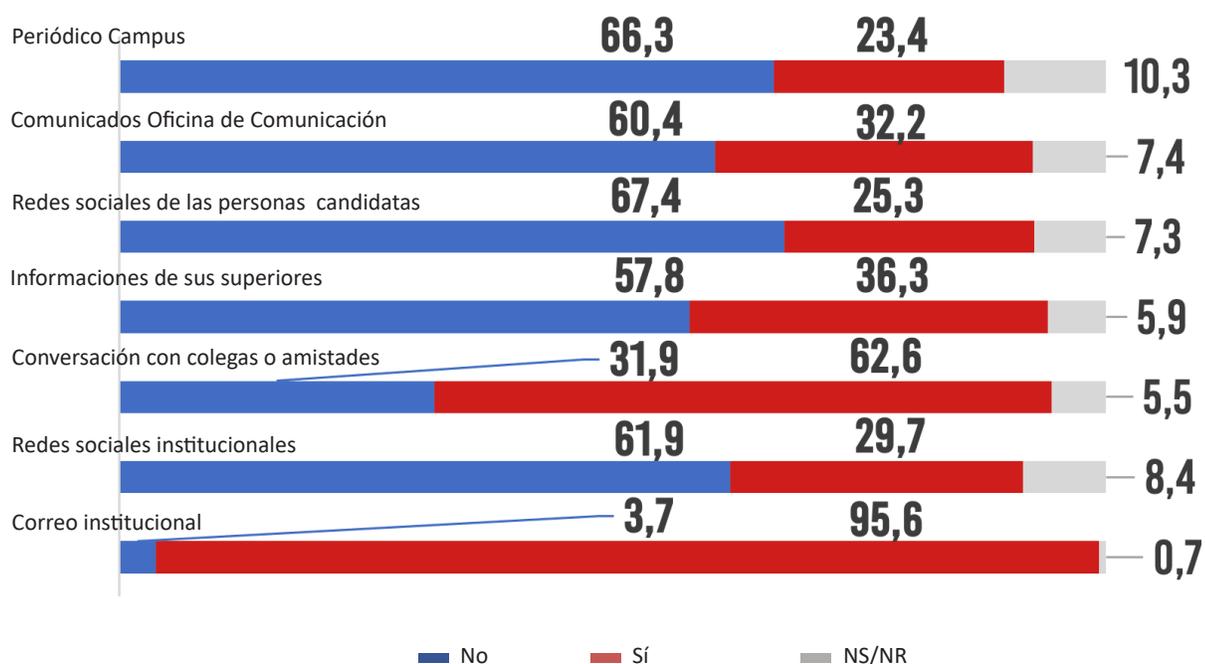
Por eso, a las personas encuestadas se les presentó una tablilla más o menos comprensiva de medios de información accesibles y situaciones cotidianas y se les solicitó que indicara por cuáles de estos se informaba sobre los diversos procesos electorales en

la UNA; la elección no era excluyente, por lo que se podía marcar varias opciones.

De este modo, entre las personas funcionarias respondientes, resulta que los valores más altos (más de la mitad de la muestra) se encuentran entre los que señalan el correo institucional (95,6%) y la conversación entre colegas o amistades (62,6%) como las vías más recurrentes para informarse sobre los procesos electorales; otros medios, como las redes sociales, apenas es usado por 3 de cada 10 personas (29,7%), lo mismo que los comunicados de la Oficina de Comunicación (32,2%) y algo apenas más elevado la información que deriva de los superiores (36,3%), para mencionar algunos² (Gráfico 12).

² En el mismo sentido, en Anexos, véase la Tabla 5.

Gráfico 12. Distribución porcentual de personas funcionarias según uso de diversos medios de comunicación para informarse sobre los procesos electorales en la UNA, n=273



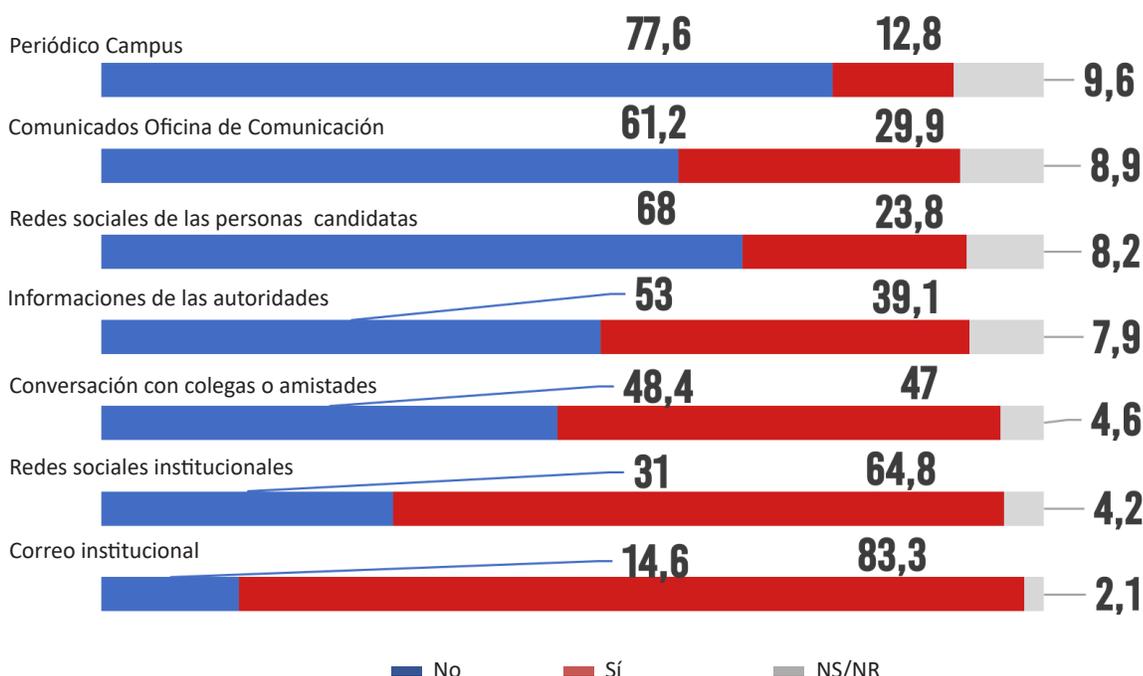
Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre el ejercicio de la autoridad y el activismo universitario. Agosto-Setiembre, 2021.

Entre el estudiantado que respondió la encuesta hay coincidencia con los sectores anteriores en el sentido de que el medio más usual para informarse sobre los procesos electorales es el correo institucional (83,3%), pero varía respecto del segundo medio más recurrido, pues en este caso son las redes sociales institucionales (64,8%), lo cual es coherente con la apreciación de que los sectores jóvenes encuentran en las redes sociales, aún las institucionales, un medio cuasi natural de información y comunicación. A la vez, es significativo que los otros medios institucionales (Oficina de Comunicación, 29,9%; Periódico Campus, 12,8%) sean utilizados por menos de un tercio del estudiantado respondiente, y los mecanismos de sociabilidad política (conversaciones con colegas y amistades, 47%; informaciones provenientes de las autoridades, 39,1%) no hayan alcanzado siquiera a la

mitad del estudiantado que respondió la encuesta³ (Gráfico 13).

³ También, véase en Anexos la Tabla 6.

Gráfico 13. Distribución porcentual de estudiantes según uso de diversos medios de comunicación para informarse sobre los procesos electorales en la UNA, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

3. Aspectos que tienden a influir en el voto

Además de los medios para obtener información sobre los procesos electorales y comunicar ideas sobre estos y el devenir institucional, la formación de un criterio y voluntad política, que se expresa mediante el voto, tiende a verse influenciada por otra serie de factores.

Por eso se ha consultado a las poblaciones universitarias su nivel de acuerdo con una serie de enunciados en torno a las campañas y las candidaturas, que pudieran influenciar el voto en los procesos electorales universitarios.

A estos efectos, se utilizó una batería con diversos aspectos, respecto de los cuales se les pedía a las personas entrevistadas que, en una escala de 1 a 7 (1 = influye nada y 7 = influye completamente), indicaran qué tanto esos aspectos le influyen para decidir su voto en los procesos electorales universitarios.

Las respuestas contabilizadas las agruparemos en tres segmentos: el primero es de aquellas personas que están entre que el factor del ítem influye moderadamente (5) e influye completamente (7), otro de quienes están entre que el factor influye poco (3) y nada influye (1), y uno tercero que entra en el margen de indiferencia (4) y la no respuesta (Ns/Nr).

a. Lo que influye en el voto del funcionariado

En el caso de las personas funcionarias que respondieron la encuesta, sus respuestas aparecen con los siguientes resultados ⁴:

a) *Las campañas realizadas por las candidaturas:* 37,8% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 37,4%

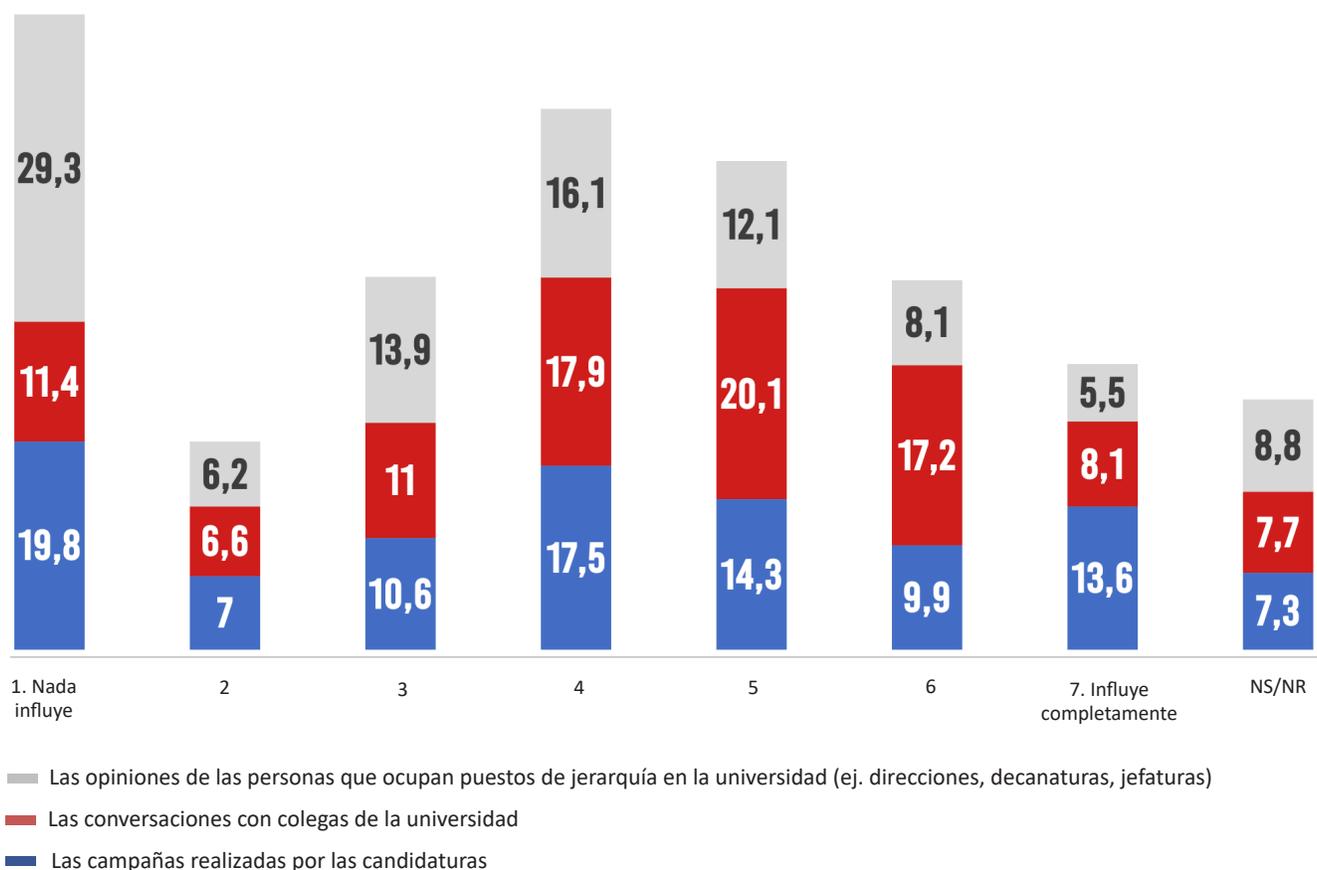
⁴ En Anexos, se puede ver la Tabla 7 con el listado completo de los enunciados puestos en consulta.

dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,8% queda en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14a).

b) *Las conversaciones con colegas de la universidad:* 45,4% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 29% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 25,6% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14a).

c) *Las opiniones de las personas que ocupan puestos de jerarquía en la universidad (ej. direcciones, decanaturas, jefaturas):* 25,7% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 49,4% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,9% se mantiene en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14a).

Gráfico 14a. Distribución porcentual de personas funcionarias según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=273



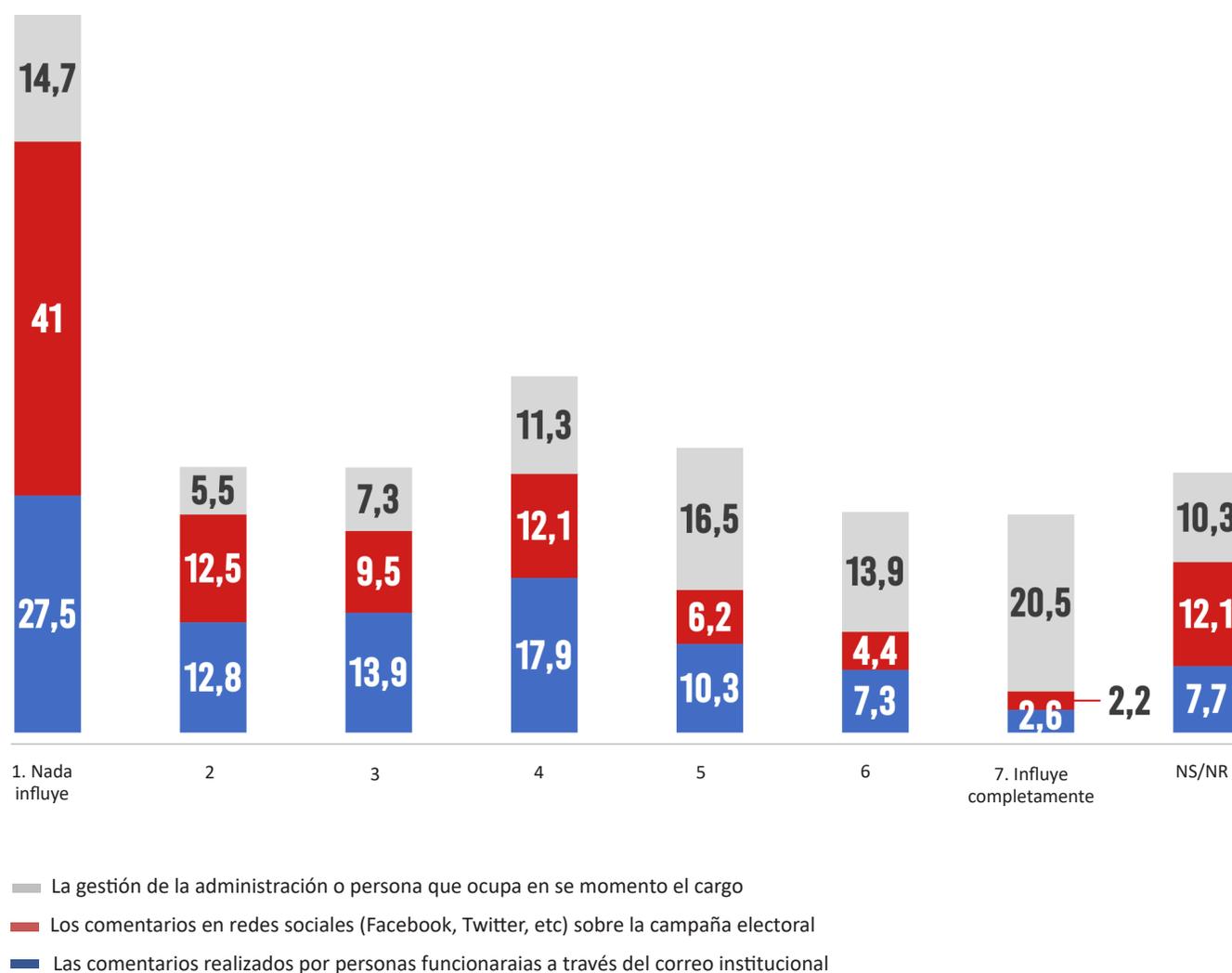
Fuente: IDESPO-UNA. Encuesta La percepción de la población académica y administrativa sobre la participación electoral de la comunidad universitaria. Octubre, 2021.

d) *Los comentarios realizados por personas funcionarias a través del correo institucional:* 20,2% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 54,2% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 25,6% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14b).

e) *Los comentarios en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) sobre la campaña electoral:* 12,8% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 63% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,2% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14b).

f) *La gestión de la administración o persona que ocupa en ese momento el cargo*: 50,9% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 27,5% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 21,6% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14b).

Gráfico 14b. Distribución porcentual de personas funcionarias según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. Encuesta La percepción de la población académica y administrativa sobre la participación electoral de la comunidad universitaria. Octubre, 2021.

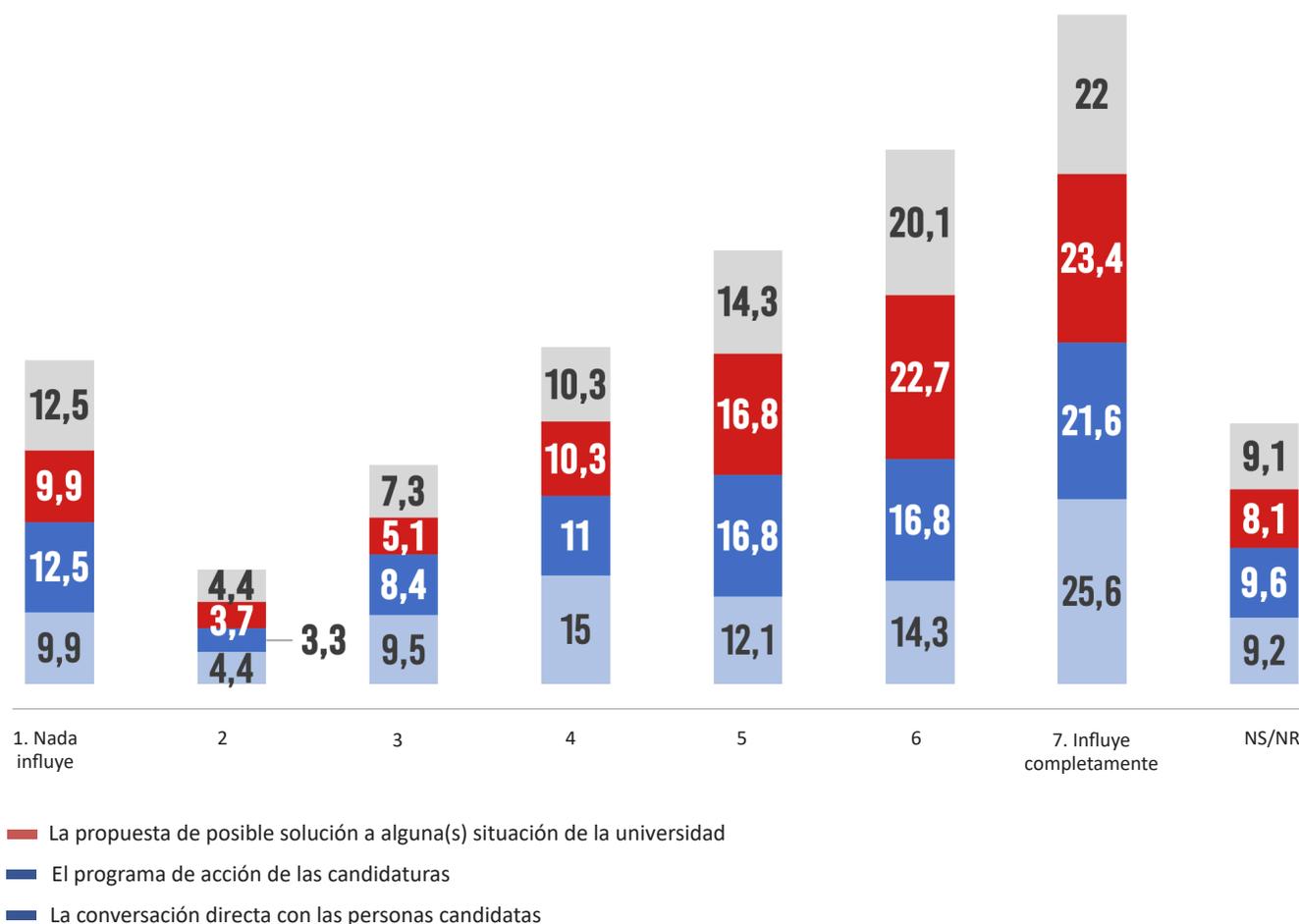
g) *La conversación directa con las personas candidatas*: 52% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 23,8% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,2% queda en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14c).

h) *El programa de acción de las candidaturas*: 55,2% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 24,2% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 20,6% permanece en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14c).

i) *La propuesta de posible solución a alguna(s) situación de la universidad:* 62,9% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 18,7% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 18,4% permanece en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14c).

j) *Los debates/foros/entrevistas:* 56,4% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 24,2% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 19,4% queda en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14c).

Gráfico 14c. Distribución porcentual de personas funcionarias según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=273



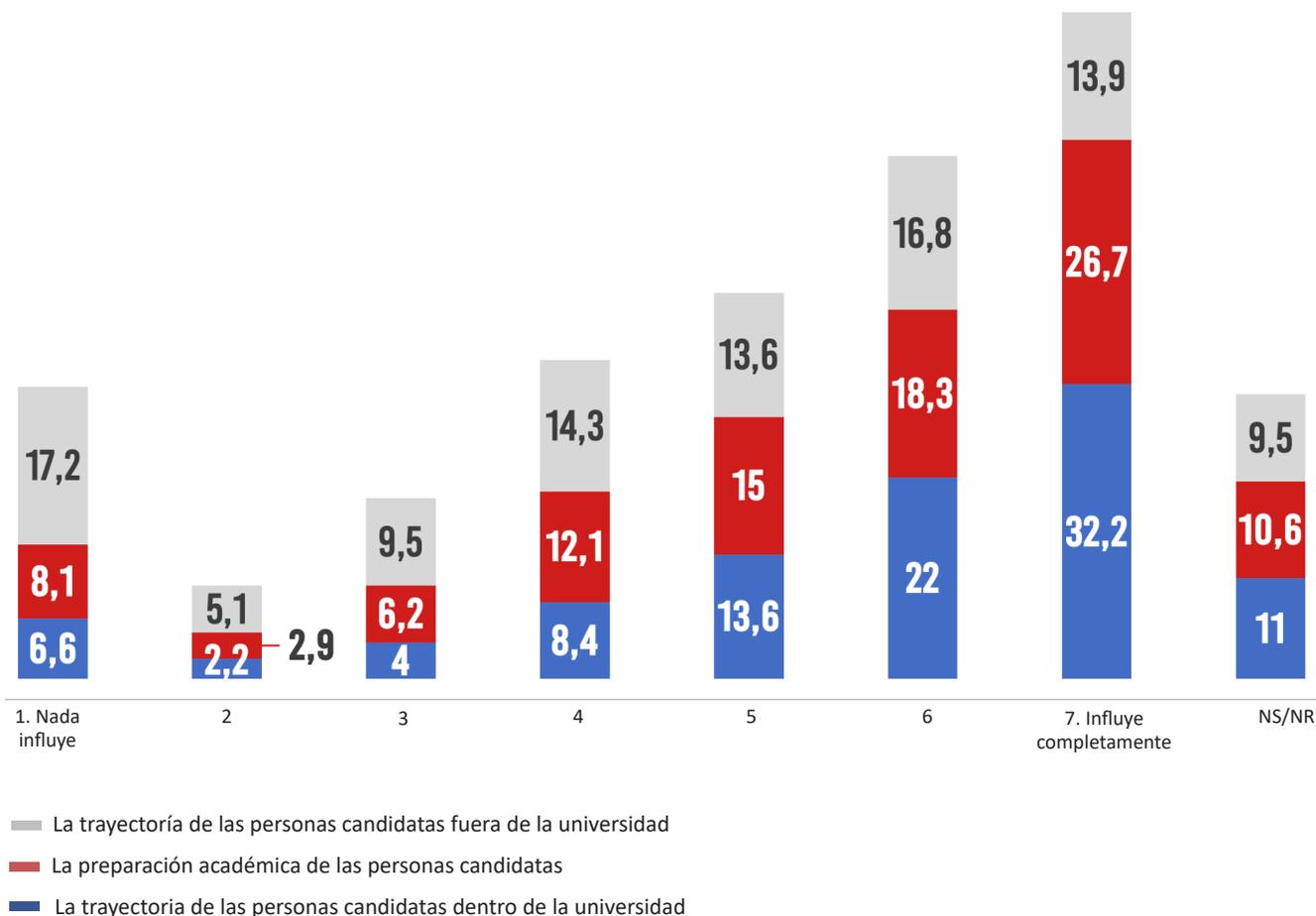
Fuente: IDESPO-UNA. Encuesta La percepción de la población académica y administrativa sobre la participación electoral de la comunidad universitaria. Octubre, 2021.

k) *La trayectoria de las personas candidatas dentro de la universidad:* 67,8% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 12,8% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 19,4% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14d).

l) *La preparación académica de las personas candidatas:* 60% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 17,3% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 22,7% permanece en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14d).

m) La trayectoria de las personas candidatas fuera de la universidad: 44,4% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 31,8% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 23,8% queda en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 14d).

Gráfico 14d. Distribución porcentual de personas funcionarias según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=273



Fuente: IDESPO-UNA. Encuesta La percepción de la población académica y administrativa sobre la participación electoral de la comunidad universitaria. Octubre, 2021.

b. Lo que influye en el voto del estudiantado

Entre la población estudiantil también se indagó sobre cuanto consideran que les influyen diversos aspectos en la decisión del voto en las elecciones universitarias. Para eso se les sometió a consulta la misma batería de ítems y los resultados obtenidos son los siguientes⁵:

a) Las campañas realizadas por las candidaturas: 38,9% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 30,1% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 31% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15a).

b) Las conversaciones con colegas de la universidad: 41,6% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 31,7% dice estar entre que este factor influye poco y nada

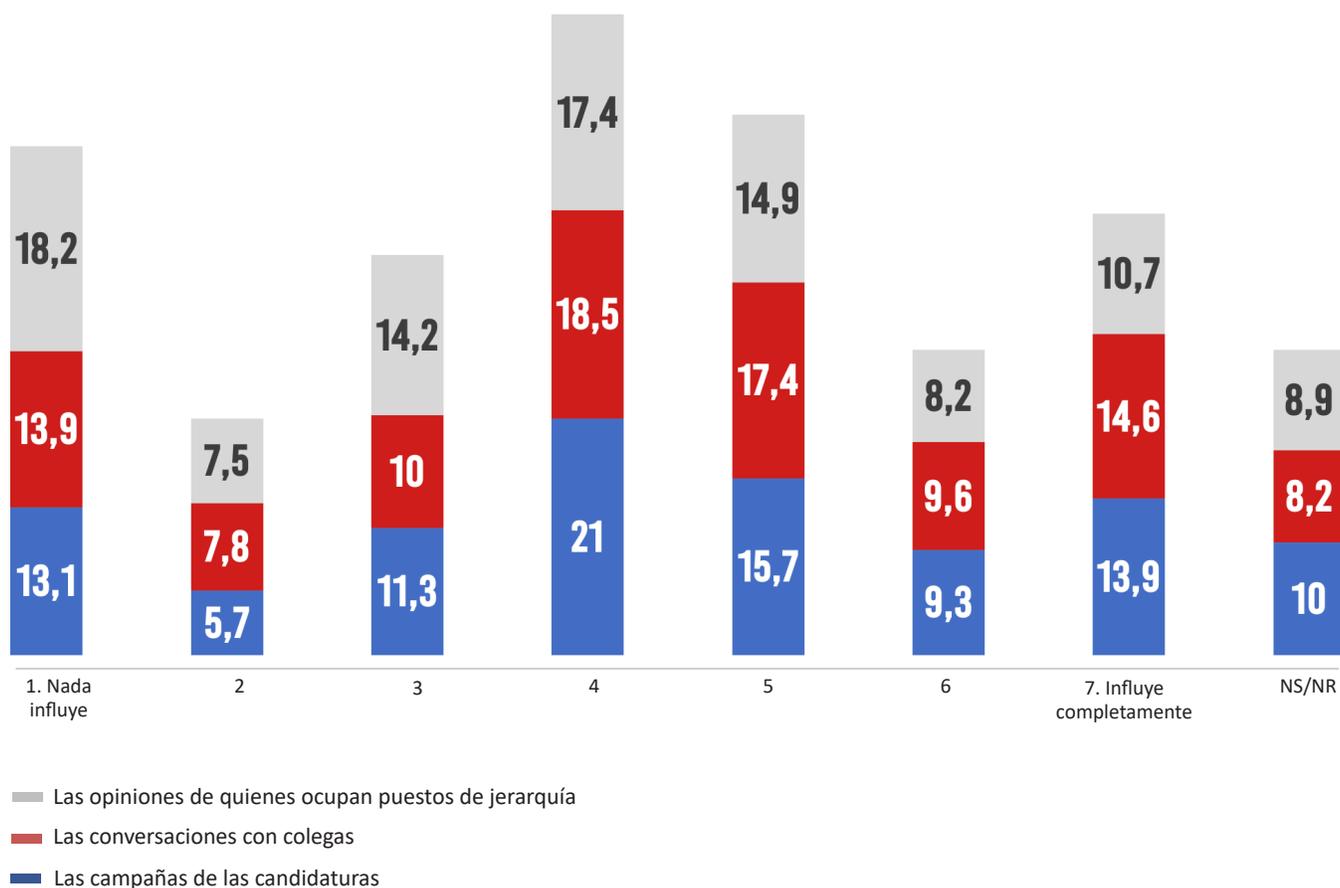
⁵ La Tabla 8 con el listado completo de enunciados se puede ver en Anexos.

influye; 26,7% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15a).

c) Las opiniones de las personas que ocupan puestos de jerarquía en la universidad (ej. direcciones, decanaturas, jefaturas): 33,8% dice estar entre

que el factor influye moderadamente e influye completamente; 39,9% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 26,3% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15a).

Gráfico 15a. Distribución porcentual de estudiantes según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=281



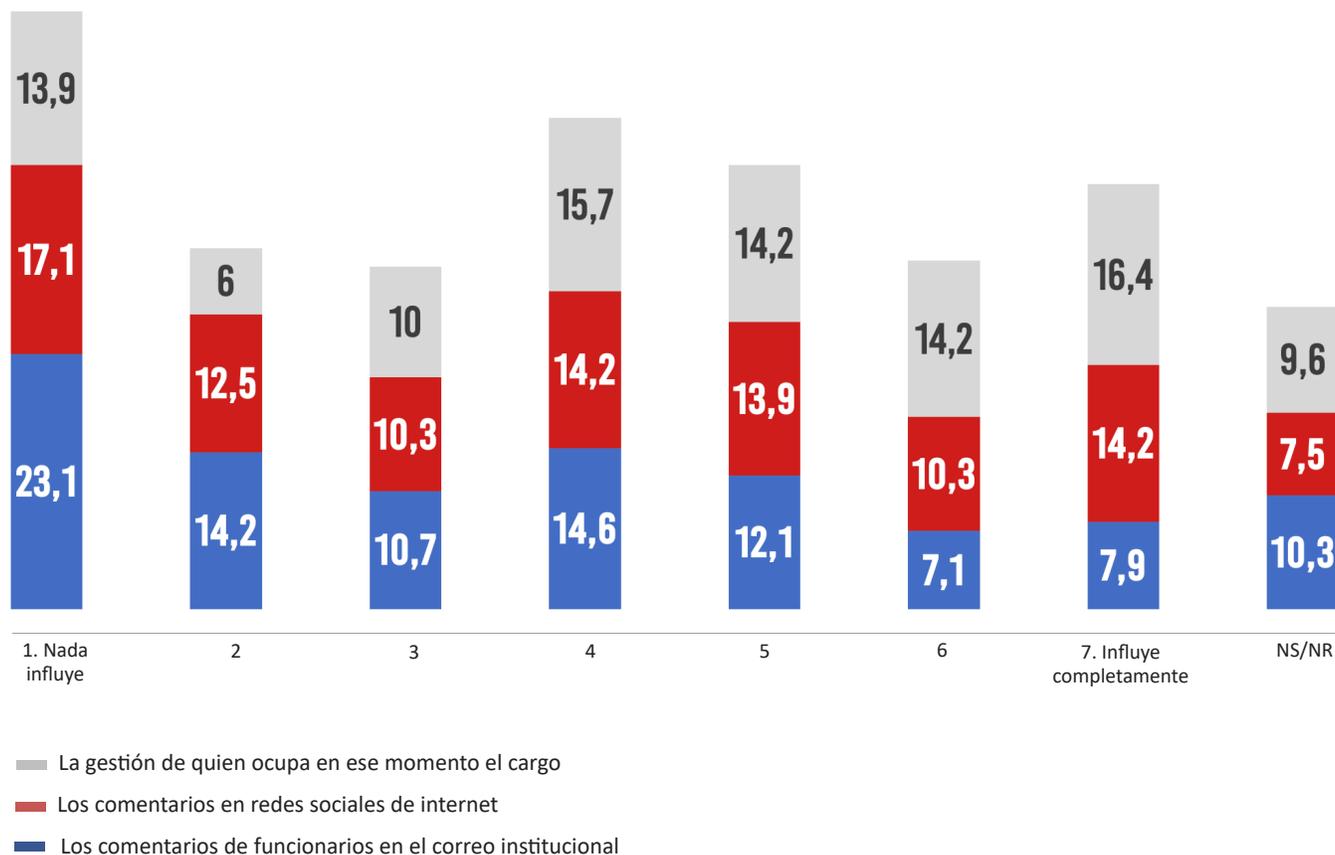
Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

d) Los comentarios realizados por personas funcionarias a través del correo institucional: 27,1% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 48% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,9% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15b).

e) Los comentarios en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) sobre la campaña electoral: 38,4% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 39,9% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 21,7% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15b).

f) *La gestión de la administración o persona que ocupa en ese momento el cargo:* 44,8% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 29,9% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 25,3% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15b).

Gráfico 15b. Distribución porcentual de estudiantes según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

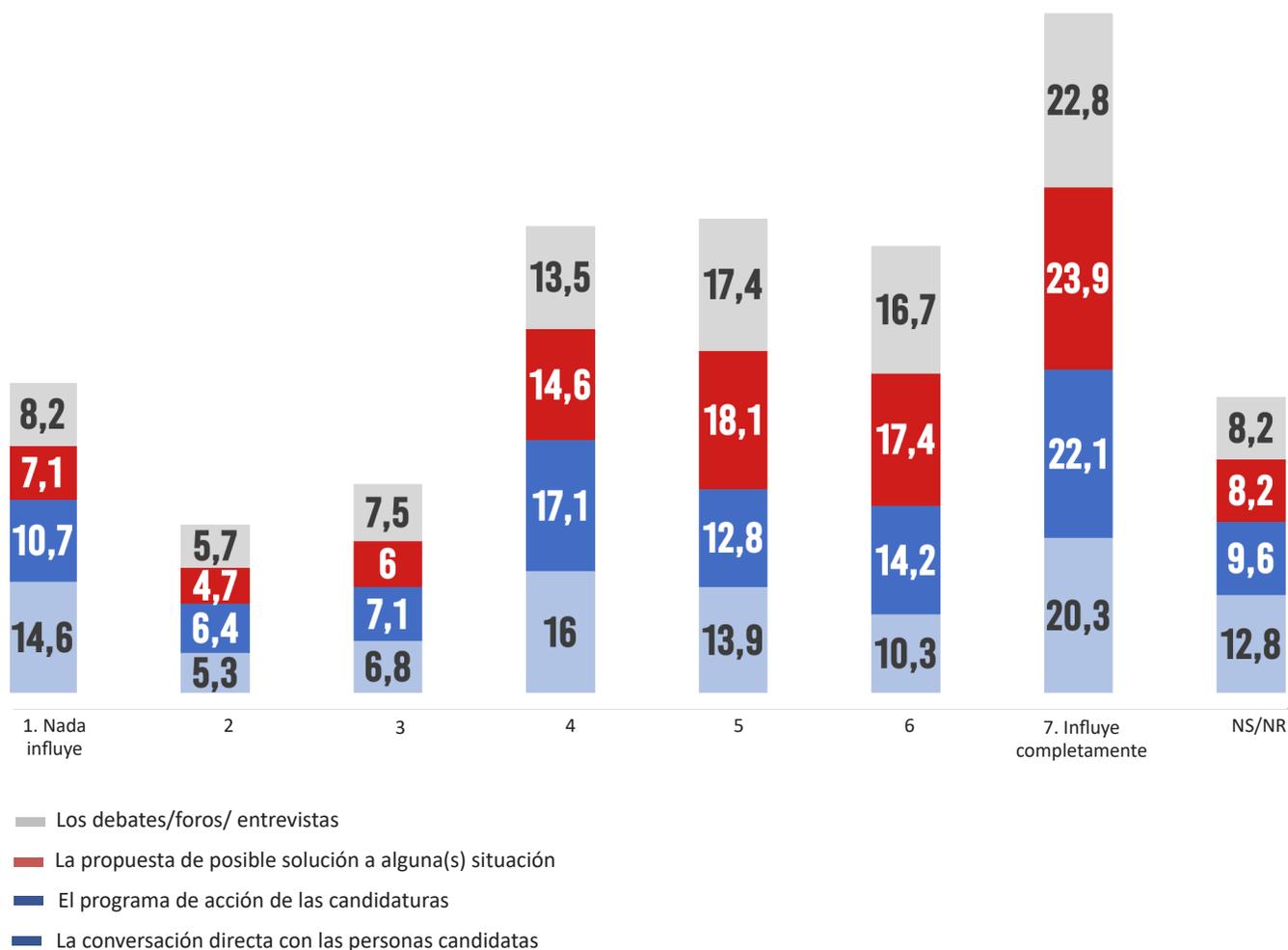
g) *La conversación directa con las personas candidatas:* 44,5% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 26,7% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 28,8% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15c).

h) *El programa de acción de las candidaturas:* 49,1% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 24,2% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 26,7% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15c).

i) *La propuesta de posible solución a alguna(s) situación de la universidad:* 59,4% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 17,8% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 22,8% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15c).

j) *Los debates/foros/entrevistas:* 56,9% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 21,4% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 21,7% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15c).

Gráfico 15c. Distribución porcentual de estudiantes según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=281



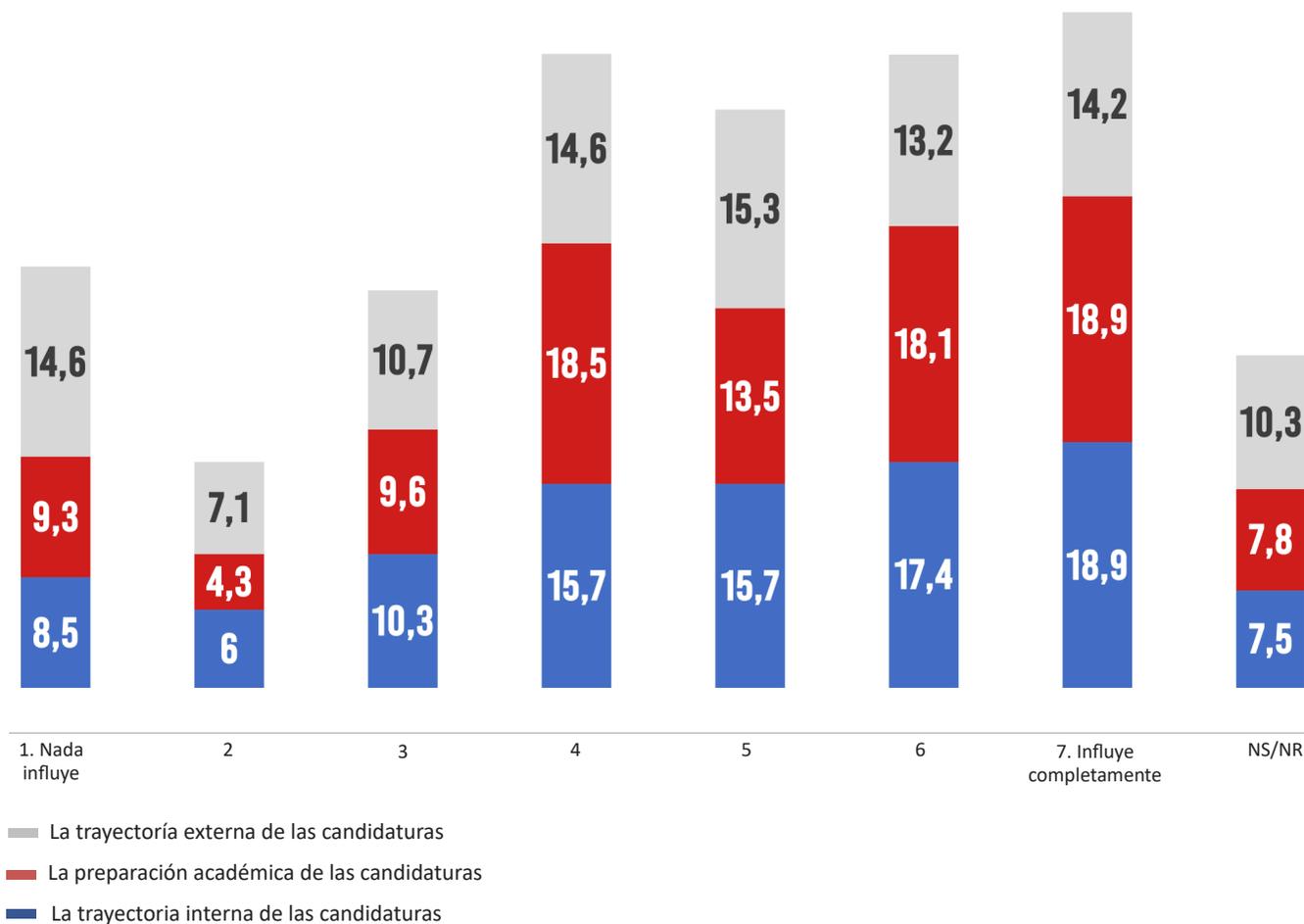
Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

k) *La trayectoria de las personas candidatas dentro de la universidad:* 52% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 24,8% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 23,2% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15d).

m) *La trayectoria de las personas candidatas fuera de la universidad:* 42,7% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 32,4% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 24,9% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15d).

l) *La preparación académica de las personas candidatas:* 50,5% dice estar entre que el factor influye moderadamente e influye completamente; 23,2% dice estar entre que este factor influye poco y nada influye; 26,3% entra en el margen de indiferencia y la no respuesta (Gráfico 15d).

Gráfico 15d. Distribución porcentual de estudiantes según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=281



Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

4. Atributos del liderazgo universitario

En diversos estudios sobre procesos electorales se señala una serie de atributos que los diferentes públicos exigen o esperan encontrar en las personas candidatas en una elección. A partir de la presencia de esos atributos hay una tendencia a definir el voto. Por eso es relevante conocer la percepción de las poblaciones universitarias sobre los atributos o características que esperarían que tuvieran las personas que presentan sus candidaturas a los diversos cargos de elección universitaria o representación estudiantil.

A estos efectos, se les pidió que señalaran tres atributos que, desde su perspectiva, debería poseer la persona que asuma cualquier cargo electivo en la universidad, ya sea Rectoría, Rectoría Adjunta, Decanatura, Vicedecanatura, Dirección, Subdirección, o integrante del Consejo Universitario. Esto genera un cúmulo de menciones que permiten perfilar, grosso modo, un perfil del liderazgo universitario.

Con estos listados de palabras se elabora una categorización que permite aglutinarlas y mostrar los aspectos o atributos más relevantes.

Para efectos de este informe se ha elaborado, a título ejemplificativo, la categorización de las palabras que las personas que contestaron la encuesta mencionaron en primer lugar. A la vez, a partir de ese listado, presentamos una nube de palabras que nos permite visualizar los rasgos más sobresalientes

que se esperaría tengan las personas que someten su nombre a una elección universitaria.

En primer lugar, las personas funcionarias respondientes aportaron las siguientes menciones (Tabla 2):

Tabla 2. Categorías de palabras que las personas funcionarias asocian con los atributos que debería poseer la persona que asuma cualquier cargo electivo en la universidad*	
CURRICULUM / ATESTADOS	100% bilingue inglés-español. Académico. Atestado académico excelente. ATESTADOS. Curriculum. Doctorado. FORMACION ACADEMICA. Formación académica solida. Grados académicos. Preparación. Preparación académica. Preparación académica. Solidez académica (PhD). TENER Maestría ECONOMÍA. Título terminal (Ph.D)
EXPERIENCIA	Años de servicio. Altamente calificado. Años de experiencia. Experiencia. EXPERIENCIA. EXPERIENCIA. GESTION ADM. Experiencia UNA. Experiencia y amabilidad. Preparación para el cargo. Trayectoria. Trayectoria académica. Trayectoria universitaria
CONOCIMIENTO	Conocimiento. CONOCIMIENTO. Conocimiento total. Conocimientos amplios. Criticidad. Idoneidad. SU FORMACIÓN IDEOLÓGICA
CAPACIDAD DE GESTIÓN	Capacidad. Capacidad de escucha. Capaz Capaz. Conocer la universidad. conocim en administración. Conocimiento administr. Conocimiento de la UNA. CONOCIMIENTO EN GESTIÓN. Conocimiento problemas. Conocimiento sobre la UNA. Conocimineto de la U. Gerencia. Logros. Pragmatismo. Propositivo. Resuelve problemas. excelente trabajador. Trabajador. trabajadora. Trabajadora. trabajos realizados en la
HABILIDADES BLANDAS	Accesible. Actitud de servicio.. Apertura a escuchar. Asertivo. calidad humana y comunica. Ecúanime. EMPATIA. Empatía. Escucha. Escucha. Firmeza. Flexibilidad. habilidades blandas. Humildad. HUMILDAD. humildad y empatía. Inteligencia emocional. no demagogía. Orden. Organización. que no sea mezquino. RESILENCIA. Trabajo en Equipo. Liderazgo. Líder. Liderazgo. Liderazgo. LIDERAZGO. LIDERAZO. Personalidad. ser líder
DISPOSICIONES ÉTICAS	Coherencia. comportamiento ético. Confiable. Confianza. Credibilidad. DECENCIA. Ética. Ética. Ética. ÉTICA. ética profesional. Ético. Honesta. Honesta y ética. Honestidad. Honestidad. HONESTIDAD. Honesto. Honradez. HONRADEZ. Honrado. Honradez. Humanidad. Humanista. Humano. Integridad. Integridad. INTEGRIDAD. Integridad y ética. Justicia social. Moral. Neutralidad. Palabra para cumplir. Recto. Respeto. Respeto. Responsabilidad. RESPONSABILIDAD. Responsabilidad ética. Responsable. Responsable. Sinceridad. Sinceridad. Sinceridad verdadera. Transparencia. Transparente. Trasporencia. Trato. Respetuoso. Una persona íntegra
COMPROMISO CON LA UNIVERSIDAD	Comprometida. Compromiso. Compromiso. Compromiso con U Necesaria. Dedicación. Identidad con la UNA. interés por la UNA. Ser conocedor del campo. Vinculación.. Trayectoria de compromiso
COMUNICACIÓN	Comunicación. Comunicación efectiva. Comunicación transparente. Comunicativo. Ser comunicativo
OTROS	Hechos. ser conocido. Temor de Dios

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

*Notas: 1) Los cargos electivos universitarios son: Rectoría, Rectoría adjunta, decanatura, vicedecanatura, dirección, subdirección de unidad académica, concejales del Consejo Universitario. 2) Esta categorización solo incluye las palabras que fueron mencionadas en primer lugar como atributo que debe tener cualquier persona que se presente a un cargo electivo. Se advierte que las “incorrecciones” en el texto corresponden a la literalidad de las respuestas.

El estudiantado que contestó esta sexta encuesta se inclina por hacer primar los atributos que tienen que ver con la capacidad de gestión, las habilidades blandas y las disposiciones éticas de las candidaturas a puestos electivos universitarios (Tabla 3).

Tabla 3. Categorías de palabras que el estudiantado asocia con los atributos que debería poseer la persona que asuma un puesto electivo en la universidad*	
CURRICULUM / ATESTADOS	Alta Cualificación. Formación académica. Preparación. Preparación académica.
EXPERIENCIA	Buenas referencias. Dominios del tema. Experiencia. Experiencia. Experiencia -credibilidad. Trayectoria. Trayectoria.
CONOCIMIENTO	Autocrítica. Conocimiento. Hablar varios idiomas. Inteligencia.
CAPACIDAD DE GESTIÓN	Capacidad de gestión. Profesional. Profesionalismo Capacidad de liderar. Cooperación. Diligencia. Diligente. Emprendimiento. Escucha atenta. Finanzas. Imparcialidad. Imparcial. Inspirador. Liderazgo. Liderazgo. Motivador. Ordenado. Organizado. Organizado. Proactividad. Proactivo. Ser un líder. Gestión por resultados.
HABILIDADES BLANDAS	Amabilidad. Habilidades blandas. Amabilidad. Apertura. ATENTO. Creatividad. Demostrar confianza. Dialógica. Diálogo. Direct@. Empatía. Empatía. Paciencia.
DISPOSICIONES ÉTICAS	Altruismo. Buscar el bien común. Búsqueda de bien común. Códigos morales. Equidad. Equitativo. Ética. Ética. Honestidad. Honestidad. Honestidad. Honesto. Honradez. Honrado. Humanidad. Humildad. Humildad. Integridad. Justo. Justo en igualdad. Lealtad. Respeto. Respeto. RESPETO. Respeto por los derechos. Respetuoso. RESPONSABILIDAD. Responsabilidad. Responsabilidad. Responsable. Responsable. Responsabilidad. ser justo con todos. Sincera. Sinceridad. Sincero. Solidaria. Transparencia. Transparente. Una persona recta. responsabi afectiva.
COMPROMISO CON LA UNIVERSIDAD	Amor por la UNA. Compromiso. Comprometido. Compromiso. Dedicación. Trabajador. Trabajadora.
COMUNICACIÓN	Asertividad al comunicar. Comunicación asertiva. Comunicativo. Sencillez en la comunicac.
OTROS	Apolítico. libre de acusaciones.

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-Diciembre, 2021.

*Notas: 1) Los cargos electivos universitarios son: Rectoría, Rectoría adjunta, decanatura, vicedecanatura, dirección, subdirección de unidad académica, concejales del Consejo Universitario. 2) Esta categorización solo incluye las palabras que fueron mencionadas en primer lugar como atributo que debe tener cualquier persona que se presente a un cargo electivo. Se advierte que las “incorrecciones” en el texto corresponden a la literalidad de las respuestas.

5. Atributos del liderazgo estudiantil

El movimiento estudiantil tiene, como lo hemos señalado, sus propias particularidades y dinámicas en virtud de la autonomía de la que goza. Por eso es relevante conocer cuáles son los atributos que el estudiantado quisiera ver reflejados en las personas que se propongan para algún puesto de representación estudiantil.

Al respecto, se les pidió que señalaran tres palabras que reflejaran esos atributos. A efectos ejemplificativos y por brevedad, tomamos en consideración solo la primera mención o palabra, cuya categorización incluimos en la Tabla 4:

Tabla 4. Categorías de palabras que el estudiantado asocia con los atributos que debería poseer la persona que asuma cualquier representación estudiantil en la universidad*

CURRICULUM / ATESTADOS	academicamente prospero/a. Buenas calificaciones.
EXPERIENCIA	Trayectoria.
CONOCIMIENTO	Análisis del entorno. Analítico. Conocer el tema. Conocer las necesidades. Conocer problemáticas. Conocimiento argumentado. Conocimientos. Criterio. Múltiples perspectivas. Pensamiento. Profesional. Coherencia ideológica
CAPACIDAD DE GESTIÓN	Capacidad de liderazgo. Dedicación. Liderazgo. Lograr objetivos. Negociador. No tener miedo. Objetividad. Que realmente cumplan. Ser inquisitivo. Ser líder. Ser un líder. Seguridad. Interés. Interés en el puesto.
HABILIDADES BLANDAS	Abierto al dialogo. Capacidad de escucha. Carácter. Carisma. Conciliador. Diálogo. Disciplina. Elocuencia. Empatía. Empatía con el estudiante. Escucha. Escuchar a los demás. Habilidades blandas. Optimista. Orden. ORDENADO. Participativo. Principio inclusivo. Proactividad. Propositiva. Puntual. Puntualidad. Que escuche. Razonable. Realistas
DISPOSICIONES ÉTICAS	buena reputación. Ética. Honesta. Honestidad. Honesto. Honradez. Humildad. Integridad. Justo en igualdad. Respeto. Respetuosa. Respetuoso. Responsabilidad. Responsable. Responsables. Responsabilidad. Responsable. Sensibilidad social. Sinceridad. Trabajador. Transparencia. Transparente
COMPROMISO CON LA UNIVERSIDAD	Amor por la UNA. Compromiso. Compromiso real. Egresado de la Universidad.
COMUNICACIÓN	Buena comunicación. Comunicación asertiva. Comunicador asertivo. facilidad de expresión. Facilidad de expresión. Saber comunicarse. ser comunicativo.
OTROS	charlas. Comunista. Providad. Puesto.ser conocido.

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-Diciembre, 2021.

*Nota: esta categorización solo incluye las palabras que fueron mencionadas en primer lugar como atributo que debe tener cualquier persona que se presente a un cargo electivo. Se advierte que las “incorrecciones” en el texto corresponden a la literalidad de las respuestas.

EPÍLOGO

Con esta sexta encuesta se cierra este ciclo exploratorio de consultas a los sectores universitarios sobre sus disposiciones en torno a la democracia y sus expresiones institucionales y la forma en que viven la participación política al interior de la institución.

En este caso, la consulta se concentró en algunos aspectos considerados relevantes en torno a la comunicación política. En este aspecto, el flujo de la información política es un factor preponderante para que se articule una cultura democrática, que permita el constante escrutinio de la toma de decisiones y la intervención sobre las cuestiones que atañen a la vida institucional.

Sin embargo, nos topamos con un dato que parece corroborar negativas apreciaciones *a priori*, pues lo cierto es que según las personas funcionarias, apenas poco más de la mitad considera que tiene un nivel entre moderado y alto de información sobre estos asuntos, lo cual genera asimetrías de cara a la promoción de una participación consciente e informada. Y esta situación se agrava entre el estudiantado, en cuyo caso no llega a tres de cada 10 personas las que dicen tener algún nivel de información sobre lo que acontece en la universidad y sus procesos políticos electorales.

La existencia real de diversos mecanismos o medios para informarse sobre los procesos electorales, como expresión por excelencia de la participación política tampoco aliviana esa constatación. Si bien, tanto entre el funcionariado como entre estudiantes, el correo electrónico institucional es el medio más usado para informarse sobre estos asuntos, queda la duda sobre la eficacia de este medio para tales fines. El correo electrónico, aún teniendo en cuenta los esfuerzos que se hacen por introducir en este algún grado de ordenamiento, es una fuente de información saturada; a la vez, al menos entre el estudiantado, se reporta todavía cierta resistencia a su revisión constante. Esta situación se ha venido revirtiendo posterior a la pandemia del Covid-19, por la exigencia de usar ese medio oficial para los asuntos cotidianos que se deben tramitar en la institución, pero ello no lo constituye aún en una fuente eficaz para la generación de criterios de discernimiento y

elección frente a opciones partidarias o candidaturas que lidian en un proceso electoral.

Los mecanismos de sociabilidad política básica, como la conversación política en los círculos cercanos, en el caso del funcionariado, y las redes sociales institucionales, en el caso del estudiantado, son otros tantos medios usados con alta frecuencia para informarse sobre los procesos electorales, pero queda todavía abierta la cuestión de si son suficientes para provocar una decisión consciente e informada a la hora de emitir el voto.

Esto plantea el reto de encontrar las formas y mecanismos para revertir esta situación, que afecta todos los ámbitos de la vida universitaria y que está provocando la cada vez mayor separación entre el sentido misional de la institución y sus operadores, incluidos los beneficiarios inmediatos, como es el estudiantado; en otras palabras, cómo provocar algún grado de identificación y afección con la institución si se desconocen sus procesos internos básicos.

Por otra parte, hay una serie de factores o situaciones que ejercen grados de influencia a la hora de decidir el voto en los procesos electorales universitarios. Merece la pena poner atención a estos aspectos de cara a futuros procesos electorales para ir corroborando su prevalencia o irrelevancia.

Finalmente, como un ejercicio exploratorio se introdujo la consulta sobre los atributos que tanto personas funcionarias como estudiantes esperarían que presenten u ostenten aquellas que se postulan para cargos de gobierno universitario o de representación estudiantil. Casi a título ejemplificativo, como se indica en el informe, se ha ensayado una categorización, aún preliminar, sobre tales rasgos, entre los cuales destacan: el currículo o los atestados de formación, la experiencia y el conocimiento, la capacidad de gestión, las habilidades blandas, las disposiciones éticas, el compromiso con la universidad, y las capacidades y habilidades para la comunicación. En todo caso, este listado de atributos podría servir, en futuros procesos electorales, como una criba básica para inclinar el voto por una de las diversas opciones electorales que se presenten.

Este esfuerzo, que inició con la pretensión de hacer un sondeo rápido sobre las disposiciones y percepciones de las poblaciones universitarias, en sus tres sectores, se convirtió en una consulta extensa. El tiempo en el cual se aplicó y las circunstancias de incertidumbre que impregnaban el ambiente universitario, así como una sobrecarga de tareas, ocupaciones y actividades, y la ausencia de una cultura política participativa, pudieron influir en la recurrencia moderada y hasta escasa de respuestas. Ello, si bien no alcanza para que los resultados se reputen representativos de la comunidad universitaria total, sí aportan claves de comprensión, informaciones relevantes, preguntas inquietantes, etc., sobre los aspectos consultados. De esta forma, se puede configurar un estado de situación de esa comunidad universitaria y sus disposiciones para la participación política, y para la creación de un sentido común compartido, sobre la base misional de la *universidad necesaria*, que le permita a esta rehacerse y enfrentar los desafíos y retos por venir.

ANEXOS

Tabla 5. Distribución porcentual de personas funcionarias según uso de diversos medios de comunicación para informarse sobre los procesos electorales en la UNA, n=273

Medio Uso	Correo institucional	Redes sociales institucionales	Conversación con colegas o amistades	Informaciones provenientes de sus superiores	Redes sociales de las personas candidatas a puestos universitarios	Comunicados de la Oficina de Comunicación	Periódico Campus
No	3,7	61,9	31,9	57,8	67,4	60,4	66,3
Si	95,6	29,7	62,6	36,3	25,3	32,2	23,4
NS/NR	0,7	8,4	5,5	5,9	7,3	7,4	10,3

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

Tabla 6. Distribución porcentual de estudiantes según uso de diversos medios de comunicación para informarse sobre los procesos electorales en la UNA, n=281

Medio Uso	Correo institucional	Redes sociales institucionales	Conversación con colegas o amistades	Informaciones provenientes de las autoridades de su unidad académica	Redes sociales de las personas candidatas a puestos universitarios	Comunicados de la Oficina de Comunicación	Periódico Campus
No	14,6	31	48,4	53	68	61,2	77,6
Si	83,3	64,8	47	39,1	23,8	29,9	12,8
NS/NR	2,1	4,2	4,6	7,9	8,2	8,9	9,6

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-Diciembre, 2021.

Tabla 7. Distribución porcentual de personas funcionarias según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=273

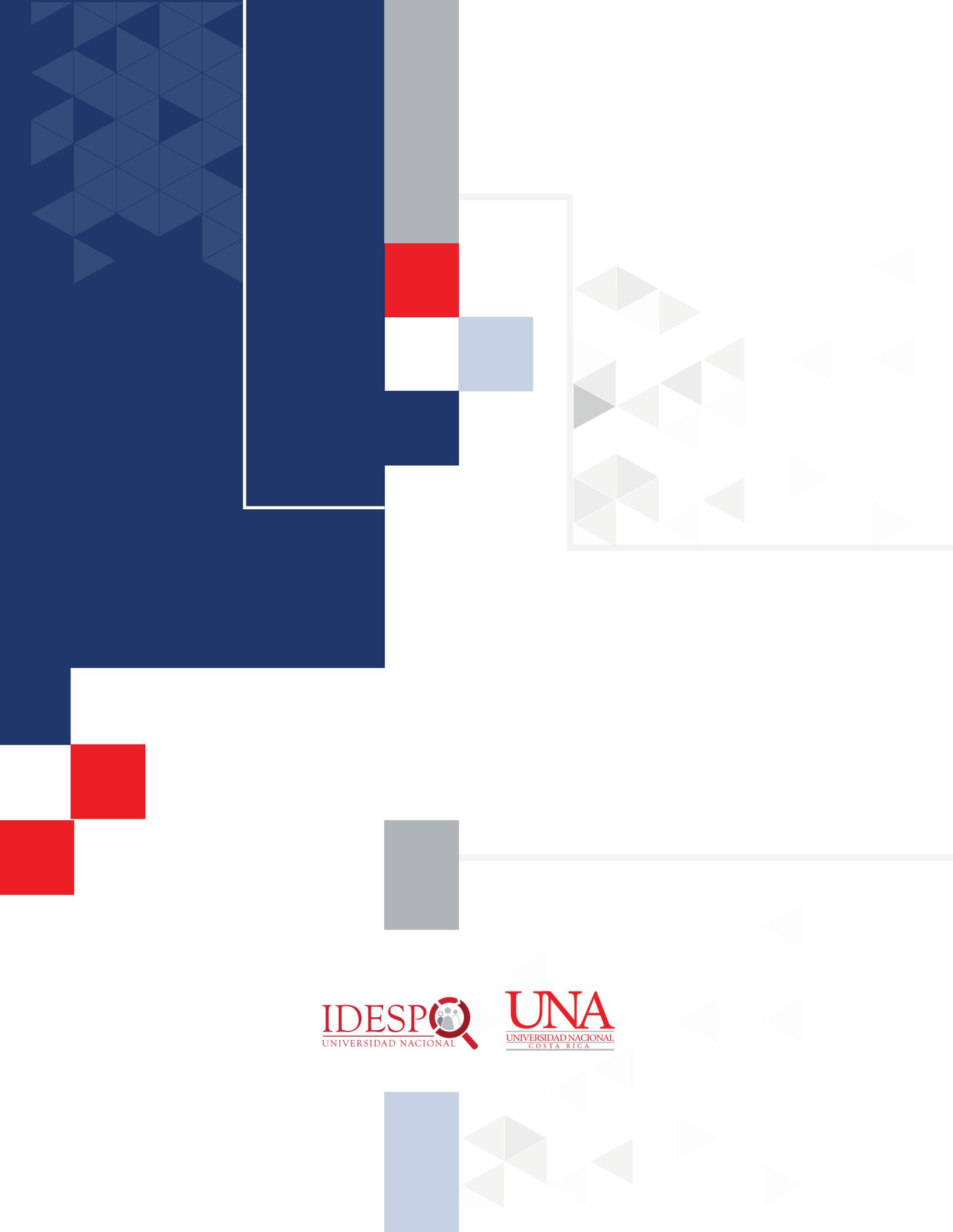
Aspectos	1. Nada influye	2	3	4	5	6	7. Influye completamente	NS/NR
Las campañas realizadas por las candidaturas	19,8	7	10,6	17,5	14,3	9,9	13,6	7,3
Las conversaciones con colegas de la universidad	11,4	6,6	11	17,9	20,1	17,2	8,1	7,7
Las opiniones de las personas que ocupan puestos de jerarquía en la universidad (ej. direcciones, decanaturas, jefaturas)	29,3	6,2	13,9	16,1	12,1	8,1	5,5	8,8
Los comentarios realizados por personas funcionarias a través del correo institucional	27,5	12,8	13,9	17,9	10,3	7,3	2,6	7,7
Los comentarios en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) sobre la campaña electoral	41	12,5	9,5	12,1	6,2	4,4	2,2	12,1
La gestión de la administración o persona que ocupa en ese momento el cargo	14,7	5,5	7,3	11,3	16,5	13,9	20,5	10,3
La conversación directa con las personas candidatas	9,9	4,4	9,5	15	12,1	14,3	25,6	9,2
El programa de acción de las candidaturas	12,5	3,3	8,4	11	16,8	16,8	21,6	9,6
La propuesta de posible solución a alguna(s) situación de la universidad	9,9	3,7	5,1	10,3	16,8	22,7	23,4	8,1
Los debates/foros/entrevistas	12,5	4,4	7,3	10,3	14,3	20,1	22	9,1
La trayectoria de las personas candidatas dentro de la universidad	6,6	2,2	4	8,4	13,6	22	32,2	11
La preparación académica de las personas candidatas	8,1	2,9	6,2	12,1	15	18,3	26,7	10,6
La trayectoria de las personas candidatas fuera de la universidad	17,2	5,1	9,5	14,3	13,6	16,8	13,9	9,5

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población académica y administrativa sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.

Tabla 8. Distribución porcentual de estudiantes según su consideración del grado de influencia que ejercen diversos aspectos para decidir su voto en los procesos electorales universitarios, n=281

Aspectos	1. Influye nada	2	3	4	5	6	7. Influye completamente	NS/NR
Las campañas realizadas por las candidaturas	13,1	5,7	11,3	21	15,7	9,3	13,9	10
Las conversaciones con colegas de la universidad	13,9	7,8	10	18,5	17,4	9,6	14,6	8,2
Las opiniones de las personas que ocupan puestos de jerarquía en la universidad (ej. direcciones, decanaturas, jefaturas)	18,2	7,5	14,2	17,4	14,9	8,2	10,7	8,9
Los comentarios realizados por personas funcionarias a través del correo institucional	23,1	14,2	10,7	14,6	12,1	7,1	7,9	10,3
Los comentarios en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) sobre la campaña electoral	17,1	12,5	10,3	14,2	13,9	10,3	14,2	7,5
La gestión de la administración o persona que ocupa en ese momento el cargo	13,9	6	10	15,7	14,2	14,2	16,4	9,6
La conversación directa con las personas candidatas	14,6	5,3	6,8	16,0	13,9	10,3	20,3	12,8
El programa de acción de las candidaturas	10,7	6,4	7,1	17,1	12,8	14,2	22,1	9,6
La propuesta de posible solución a alguna(s) situación de la universidad	7,1	4,7	6	14,6	18,1	17,4	23,9	8,2
Los debates/foros/entrevistas	8,2	5,7	7,5	13,5	17,4	16,7	22,8	8,2
La trayectoria de las personas candidatas dentro de la universidad	8,5	6	10,3	15,7	15,7	17,4	18,9	7,5
La preparación académica de las personas candidatas	9,3	4,3	9,6	18,5	13,5	18,1	18,9	7,8
La trayectoria de las personas candidatas fuera de la universidad	14,6	7,1	10,7	14,6	15,3	13,2	14,2	10,3

Fuente: IDESPO-UNA. La percepción de la población estudiantil sobre la comunicación política en la comunidad universitaria. Noviembre-diciembre, 2021.



IDESPO
UNIVERSIDAD NACIONAL

UNA
UNIVERSIDAD NACIONAL
COSTA RICA