

CAPÍTULO 2

La desinformación, ¿va a las urnas? Análisis de la difusión de contenidos desinformativos durante la campaña política en Costa Rica 2022

Carolina Carazo Barrantes y Larissa Tristán Jiménez

2.1 Introducción y justificación

Que el fenómeno de la desinformación no es algo nuevo, sino un problema que siempre ha existido y que volvió a cobrar relevancia en la agenda de discusión pública (incluyendo la agenda académica) a partir del año 2016, ha llegado ya a convertirse en una verdad de Perogrullo.

El fenómeno, entonces, no es nuevo; lo que sí lo es, por lo menos relativamente, es el contexto digital en el que los contenidos desinformativos circulan: el Internet y las redes sociales le han otorgado a esta milenaria práctica “nueva forma y amplitud” (Mendes Tomas y Mendes Torres, 2020, p. 499). Por su parte, Guallar (2018) coincide en que “la novedad es ahora la dimensión del fenómeno, que se caracteriza por su extraordinario volumen y su enorme rapidez: grandes cantidades de noticias falsas que

se transmiten en cuestión de segundos” (p. 228). Para el autor: “la era de los datos masivos (big data), ha hecho también posible las mentiras masivas” (Guallar, 2018, p. 228) y, por supuesto, a lo anterior se le suman las herramientas que están al alcance de cualquier persona para hacer que un contenido falso parezca verosímil.

En esta interpretación, el término que se ha generalizado para aludir al fenómeno contemporáneo de la desinformación: “fake news” o noticias falsas, “representa las tradicionales formas de desinformación que se adaptan a las tecnologías modernas y las plataformas de redes sociales. Es un término popular y general que abarca propaganda, la desinformación [en inglés “disinformation” y “misinformation”] y el periodismo subjetivo tal como se presentan

* Carolina Carazo Barrantes - Doctora en Sociología, con especialidad en Cambio Social en Sociedades Contemporáneas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. Profesora catedrática en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica. Carolina tiene una maestría en Comunicación Política por Emerson College (Boston, Estados Unidos) y una licenciatura en Comunicación con énfasis en Periodismo por la Universidad de Costa Rica. Ha publicado artículos que se centran en analizar las relaciones entre periodismo, comunicación y política; recientemente con especial énfasis en redes sociales, procesos electorales y desinformación.

Larissa Tristán Jiménez - Profesora asociada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (UCR). Es doctora en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra (UPF), en Cataluña, y licenciada en Psicología por la Universidad de Costa Rica. Compagina la docencia con la investigación y desarrolla diversos proyectos en el Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM) de la UCR. Coordina el Observatorio de la Comunicación Digital y la iniciativa regional del Observatorio del Discurso del Odio y de la Discriminación en asociación con la oficina de las Naciones Unidas en Costa Rica. Sus temas de interés son el análisis del discurso con perspectiva de género, el estudio de la comunicación en contextos urbanos y el análisis de la desinformación y de las teorías de la conspiración en contextos de crisis como la emergencia sanitaria causada por la pandemia por COVID-19.

Tabla 2.1 Medios para informarse sobre la situación política del país (mayo 2021)

Medio	Porcentaje
Televisión	78,54%
Internet	75,84%
Redes sociales	70,33%
Conversaciones con amigos	69,77%
Periódicos	55,60%
Radio	45,48%

Fuente: *Elaboración propia.*

en la era digital” (MacCarthaigh y McKeown, 2021, p. 241).

Cada vez más, el consumo de información política y el debate público en torno a la misma vienen en gran medida mediados por las grandes plataformas como Facebook y Twitter y más recientemente también Instagram y TikTok, que con sus algoritmos condicionan la configuración de la agenda de temas públicos (Paniagua, Seoane y Magallón-Rosa, 2020, p. 125). Por eso, para Lee (2019) “el impacto de las redes sociales en la psique política de un país no debe subestimarse” (p. 17).

En Costa Rica, datos del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP, 2021) señalan que si bien una gran mayoría de personas afirma seguir informándose sobre la situación política del país a través de la televisión (78.54 %), Internet y las redes sociales también son los medios que más de siete de cada 10 personas utilizan para informarse (ver Tabla 2.1).

En este contexto digital, una de las preocupaciones más recurrentes en relación con la difusión de rumores, contenidos total o parcialmente falsos, propaganda exagerada o periodismo cuestionable es la amenaza que constituye a los regímenes democráticos. Para Lee (2019) los efectos de las noticias falsas pueden tener consecuencias perjudiciales en un Estado y su

proceso democrático: “todo el proceso político de la democracia está basado en información confiable. Con la difusión a gran escala y generalizada de ‘noticias falsas’, esta base fundacional y crucial ha sido más o menos violada” (p. 20).

Así, el contenido desinformativo disminuye la posibilidad del debate democrático y la consecuente legitimación del proceso democrático. Todo esto también presenta una capacidad desestabilizadora que no solo afecta la confianza de la ciudadanía en los medios, los gobiernos, la política pública e, incluso, en el propio sistema democrático, sino que también “ha servido para dividir más al público, tanto ideológicamente como en la propia aceptación de los hechos” (Lee, 2019, p. 16).

No es de extrañar, entonces, que hasta en un país pequeño como el nuestro, seamos testigos de diferentes tipos de esfuerzos para combatir el fenómeno de la desinformación. Además de iniciativas de alfabetización digital (Hidalgo, 2021) y verificadores de datos (Vargas, 2020), por ejemplo, días antes de la votación del 6 de febrero de 2022, el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y Facebook anunciaron un esfuerzo conjunto por eliminar publicaciones falsas sobre las elecciones (Chinchilla Cerdas, 2022b) a través de un canal directo mediante el cual los magistrados electorales pueden solicitar a Facebook “la eliminación de publicacio-

nes con información falsa sobre el desarrollo de los comicios, que pongan en riesgo el ejercicio del sufragio”.

Una amenaza al sistema democrático de semejante envergadura debe analizarse. Este capítulo explora el fenómeno de la desinformación en el contexto de la campaña política costarricense con miras a la elección para presidente y diputaciones de febrero de 2022. Se analizaron 43 piezas de contenido desinformativo que circularon en redes sociales entre el 6 de octubre de 2021 y el 22 de enero de 2022¹. El análisis de contenido permitió identificar tres grandes macrotemas: pandemia, elecciones y candidatos (noticias falsas sobre candidatos o discurso desinformativo emitido por alguna de las personas candidatas durante sus intervenciones públicas). También fue posible detectar varias desinformaciones aisladas relacionadas con estafas.

Comparativamente con otros países, por lo menos durante el periodo en estudio de la primera ronda, encontramos que si bien el fenómeno de la desinformación está presente en el país, en realidad no se trata de cifras alarmantes de contenido desinformativo circulando y que, aún en época electoral, el tema de la pandemia domina el contenido de la desinformación, al menos durante el periodo de análisis.

Adicionalmente, los resultados sugieren que las iniciativas periodísticas de verificación (*Doble Check* y *No coma cuento*) hacen un notable esfuerzo por contrarrestar los efectos nocivos de los intentos desinformativos a través de explicaciones exhaustivas y fundamentadas con fuentes y datos confiables.

1 El cierre de edición del presente informe no permitió que el periodo de estudio se extendiera hasta la fecha de las elecciones, el 6 de febrero de 2022. Por lo tanto, se debió hacer un corte el 22 de enero.

2.2 Descripción del tema y problema de investigación

Como se verá en este apartado, desde que, en años recientes, se convirtió en objeto de estudio y de debate, el fenómeno de la desinformación se ha estudiado desde muy distintas aristas en cientos de artículos, libros y ponencias. En aras de no redundar, de seguido se hace un breve repaso por el campo de estudio con el fin de situarlo y dimensionarlo. En la segunda parte de este apartado se discutirá sobre el enfoque político-electoral en la literatura y, finalmente, se presenta una breve reseña del contexto de la campaña presidencial costarricense 2021-2022.

2.2.1 Lo que se ha estudiado

2.2.1.1 La literatura en números

Righetti (2021) realizó un análisis cuantitativo de la literatura científica sobre noticias falsas (“fake news”). Para su investigación, buscó en la base de datos Scopus todos los registros de documentos que mencionaban la palabra clave “fake news” en el título o resumen, escritos en inglés y publicados hasta 2020. Encontró un total de 9.015 documentos que incluían el término en algún lugar de su texto completo y 2.368 documentos que lo mencionaban en el título o el resumen. Su trabajo se concentró en esos 2.368 documentos. De estos, 1.055 eran artículos de revistas y 828 ponencias de congresos. Otros tipos de documentos incluían capítulos de libros (73), editoriales (72) y libros (43). El análisis temporal de Righetti permitió confirmar algo que se repite en los cientos de artículos publicados sobre el tema: que el término “fake news” ganó popularidad en la literatura científica a partir de 2016, y antes de eso, los académicos prácticamente no lo usaban. La primera aparición en el conjunto de datos es en 2005 (tres documentos), pero hasta 2016 había menos de 10 documentos al año. En 2017, el número de publicaciones aumentó repentinamente a 203, en 2018 llegó a 477, 694 en 2019

y 951 en 2020. El análisis de la afiliación nacional de las personas autoras también permite confirmar algo que se sabía (por lo menos para el caso de los dos países con más publicaciones): entre los países más prolíficos se encuentran Estados Unidos (698 documentos), Reino Unido (211), India (182), Alemania (112), Australia (110) e Italia (99). España se encuentra en la posición 8 con 95 documentos y Brasil en la posición 11 con 75. México está en la penúltima posición de 37 con 15 documentos encontrados (Righetti, 2021).

Este autor hace un análisis temático y encuentra un marcado interés en temas de detección de noticias falsas y métodos computacionales; en segundo lugar, sobresalen los aspectos políticos y comunicativos de la problemática (como queda evidenciado por palabras claves como “periodismo”, “comunicación” y “política”) y, en tercer lugar, los documentos sobre noticias falsas y la pandemia provocada por la COVID-19. En otra revisión de literatura sobre el tema, los autores Di Domenico, Sit, Ishizaka, y Nunan (2021) encontraron que la mayoría de los artículos revisados (117) corresponden a los campos de la psicología y la tecnología de la información/ciencias de la computación debido al interés de los académicos en comprender las motivaciones para creer y compartir noticias falsas y los avances tecnológicos que permiten su difusión en línea.

En el análisis de la autora no queda del todo claro cuál es la cantidad de documentos que se circunscriben a la temática electoral. Al realizar las autoras de este capítulo un análisis similar al de Righetti (2021) en Scopus con términos de búsqueda que limitan los resultados al tema electoral², se encontraron 272 documentos (232 artículos científicos, 25 capítulos de libros y 15 libros). Las palabras claves de estos 272

2 La búsqueda se realizó limitando los registros a aquellos que incluyeran en el título, el resumen o en las palabras claves las siguientes palabras: fake news y election.

documentos eran (el equivalente en inglés³ de): noticias falsas (141), redes sociales (65), desinformación (46), elecciones (32), “misinformation” (30), elección (23), “social networking (online)” (16), humano (15), post-verdad (14) y Facebook (13). En este caso, los países con mayor representación coinciden en el caso de Estados Unidos (100) y Gran Bretaña (34); sin embargo, le siguen Brasil (18), España (16) y Australia (15). Al igual que en los resultados de Righetti (2021), las publicaciones empiezan a multiplicarse a partir del año 2017 (11) y 2018 (50); un interés que se mantiene en los siguientes años: 2019 (65), 2020 (79) y 2021 (61).

Si bien podría pensarse que este marcado interés en la temática va de la mano con hallazgos contundentes, lo contrario pareciera ser el caso: como muchos otros campos de estudio en sus inicios, se trata de un cuerpo de literatura que está “altamente fragmentado” (Di Domenico et al., 2021, p. 329) en el que todavía quedan muchas preguntas sin respuestas precisamente porque los estudios que se han realizado se caracterizan por estar dispersos y fraccionados (Di Domenico y Visentin, 2020; Di Domenico et al., 2021).

2.2.1.2 Las áreas de estudio

La cantidad de artículos académicos que se han publicado sobre el fenómeno de la desinformación ha ameritado varias revisiones de literatura (Celliers y Hattingh, 2020; Damstra, Boomgaarden, Broda, Lindgren, Strömbäck, Tsfati, y Vliegthart, 2021; Di Domenico et al., 2021; Guallar, Codina, Freixa, y Pérez-Montoro, 2020; Kapantai, Christopoulou, Berberidis y Peristeras, 2021; Miró-Llinares y Aguerri, 2021; Righetti, 2021; Tsfati, Boomgaarden, Strömbäck, Vliegthart, Damstra, y Lindgren, 2020; Zhuravskaya, Petrova y Enikolopov,

3 Fake news, social media, disinformation, elections, misinformation, election, social networking (online), human, post-truth, Facebook.

2020), todas ellas muy recientes. Lo interesante es que, si bien los procesos electorales son protagonistas en esta historia, incluyendo dos de los fenómenos más estudiados y que fueron el punto de partida del tsunami de literatura sobre la desinformación (las elecciones estadounidenses de 2016 y el proceso electoral británico del Brexit de 2016), no se encontró ninguna publicación o revisión de literatura con un enfoque desde lo electoral.

Habría múltiples formas de describir y categorizar el campo de estudio. En este caso, seguimos la propuesta de Damstra et al. (2021) quienes lo dividen en tres tendencias.

Una primera gran tendencia de estudios es de carácter taxonómico; se trata de trabajos conceptuales centrados en aclaraciones teóricas, que proponen tipologías de noticias falsas y exploran su reciente aumento con el contexto digital y el nuevo ecosistema mediático (por ejemplo: Allcott y Gentzkow, 2017; Bakir y McStay, 2018; Egelhofer y Lecheler 2019; Sør 2019; Soll, 2016; Tandoc, Lim y Ling 2018; Waisbord 2018; Wardle, 2017, 2018).

Otra gran área de estudios es la de trabajos empíricos que se enfocan en las dinámicas, la difusión y los efectos de las noticias falsas. Carrazo-Barrantes, Tristán Jiménez y Siles González (2021) incluyen aquí artículos relacionados con tres perspectivas: 1. exposición a las noticias falsas (cómo las audiencias se ven expuestos a los contenidos desinformativos), 2. difusión (cómo estos contenidos se distribuyen mediante ciertos tipos de flujos y canales) y 3. apropiación (relacionado con el consumo y cómo las personas interpretan y asignan significados a este tipo de contenidos). Algunos trabajos de esta gran sub-área (entre muchos otros) son los de Dafonte (2019); Fletcher, Cornia, Graves, y Kleis (2018); Guess, Nyhan y Reifler (2018); Guess, Nagler y Tucke (2019); Nelson y Taneja (2018); Shao, Ciampaglia, Varol, Flammini, y Menczer (2017); Spohr (2017); Tsfati et al. (2020); Vossoughi, Roy y Aral (2018).

Finalmente, están los trabajos que exploran soluciones a la problemática de las noticias falsas: cómo abordar la propagación y el impacto de la desinformación (por ejemplo; Hameleers 2020; Lazer, Baum, Grinberg, Friedland, Joseph, Hobbs, y Mattson 2017), incluyendo alfabetización mediática (Freire, Furlan, y Oliveira dos Santos, 2019; McGrew, Breakstone, Ortega, Smith, y Wineburg, 2018; Middaugh, 2018, 2019; Musgrove, Powers, Rebar, y Musgrove, 2018; Romero-Rodríguez et al., 2019), verificadores de datos o fact-checking (Graves, 2016; Graves y Cherubini, 2016; Stencel y Luther, 2020); etiquetas a noticias falsas (Pennycook, Cannon, y Rand, 2018; Pennycook, Bear, Collins, y Rand, 2020; Clayton, Blair, Busam, Forstner, Glance, Green, y Sandhu, 2019) y tecnologías para su detección (Álvarez-Daza, Pico-Valencia y Holgado-Terriza, 2021; Céspedes, Rodríguez, Castillo, Segura-Castillo, 2021; Choraś, Demestichas, Giełczyk, Herreiro, Ksieniewicz, Remoundou, Urda, y Woźniak, 2021; Mezaris, Nixon, Papadopoulos, y Teysou, 2019).

2.2.1.3. Procesos electorales y desinformación

El fenómeno de la desinformación se ha estudiado de forma amplia principalmente en contextos electorales. Tal y como se señaló anteriormente, a pesar de que ya hay varias publicaciones que hacen revisiones de literatura, no se encontró ningún trabajo de ese tipo relacionado con desinformación que tuviera un enfoque meramente electoral. Por esa razón, en este apartado consideramos valioso hacer un repaso de algunos de los procesos electorales que se han estudiado bajo esta perspectiva.

Las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 (Hillary Clinton vs Donald Trump) fueron el primer caso de un proceso electoral en el que se estudió el fenómeno de la desinformación (y uno de los primeros estudios el de Allcott y Gentzkow, 2017). Una búsqueda en Scopus utilizando las palabras clave “fake

Tabla 2.2 Publicaciones académicas en inglés sobre desinformación y procesos electorales 2016-2021

País y proceso electoral	Cantidad de publicaciones (artículos académicos, libros y capítulos de libros)	Años de publicaciones	Áreas temáticas	Palabras clave
Estados Unidos, elecciones presidenciales 2016	58	2017: 4 2018: 11 2019: 12 2020: 18 2021: 13	Ciencias sociales (41) Computación (13) Artes y humanidades (10) Psicología (7) Medicina (4)	Fake news (35) Social media (14) Misinformation (8) Disinformation (7) Election (6) Twitter (6) Journalism (5) Humans (5)
Reino Unido, referendo Brexit 2016	49	2017: 2 2018: 11 2019: 8 2020: 13 2021: 15	Ciencias sociales (35) Artes y humanidades (18) Computación (8) Administración, negocios (3) Economía y finanzas (3)	Fake news (27) Brexit (10) Social media (9) Misinformation (6) Post-truth (6) Disinformation (4) Digital literacy (3) European Union (3) Human (3)
Brasil, elecciones presidenciales 2018	16	2018: 1 2019: 3 2020: 5 2021: 7	Ciencias sociales (14) Computación (4) Artes y humanidades (1) Medicina (1)	Fake news (9) Brazil (8) Disinformation (7) Elections (7) Twitter (3) Social media (2) Post-truth (2) Social networks (2) Journalism (2) (...)
España, elecciones generales 2019	6	2020: 4 2021: 2	Ciencias sociales (6) Computación (1)	Disinformation (4) Political communication (4) Fake News (3) Spain (3) Elections (2) Twitter (2) (...)

Nota: solamente incluye artículos publicados en revistas académicas, libros y capítulos de libros en inglés.

FUENTE: Scopus, 2022

news” y “US 2016” arrojó 58 documentos (tomando en cuenta únicamente artículos académicos, libros o capítulos de libros).

Luego le siguieron los casos del Brexit y de las elecciones generales de 2017 y 2019 en Gran Bretaña (Brändle, Galpin y Trenz, 2021; Cervi y Carrillo-Andrade, 2019; Greene, Nash y Murphy, 2021; Höller, 2021; Rose, 2017). Desde entonces, los estudios se han multiplicado.

La región latinoamericana no se ha librado de la problemática y, por tanto, también ha visto la publicación de estudios de procesos electorales en México (elección presidencial 2018: Magallón Rosa, 2019; Noain-Sánchez, 2019), Brasil (elección presidencial 2018: Alves, Weitzel, Quaresma, Cardoso, y Cunha, 2019; Chaves y Braga, 2019; Recuero, Soares y Gruz, 2020; Reis, Melo, Garimella, Almeida, Eckles, y Benevenuto, 2020), Uruguay (elecciones generales 2019: Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2021), Chile (elección presidencial 2019, Santana y Cánepa, 2019) y más, incluyendo Costa Rica (elección presidencial 2018: Bunse, 2021).

En Costa Rica, otra publicación sobre el tema es el libro de Siles González, Tristán Jiménez y Carazo Barrantes (2020), que si bien no tiene un enfoque electoral, sí presenta un análisis en profundidad e interdisciplinario del fenómeno de la desinformación desde tres miradas que se relacionan entre sí: la del periodismo y la comunicación; la de la difusión, la circulación y la recepción; y la del discurso, sentido y poder.

2.2.2 Política y elecciones en un contexto digital que se enfrenta al fenómeno de la desinformación

Es indiscutible que, a partir de 2016 y desde entonces, el fenómeno de la desinformación ocupa un lugar importante en la agenda de discusión pública y, como se señalaba al inicio de este capítulo y ha quedado evidenciado con el repaso de la literatura, también en la agenda de investigación académica. Frente a este reno-

vado interés en la problemática, algunos académicos (Fletcher et al., 2018; Nelson y Taneja, 2018; Tsfati et al., 2020) se han preguntado si los datos, es decir, los casos en los que se comprueba la circulación de contenidos desinformativos, se corresponden a todo lo que se habla y se escribe sobre desinformación y noticias falsas, ya que pareciera prevalecer la percepción social de que el impacto de la desinformación en la sociedad es importante:

Esa percepción retroalimenta la creencia de que estamos experimentando una “crisis de la desinformación” global, lo cual, a su vez, incrementa las preocupaciones y acciones ciudadanas y académicas para frenar sus potenciales consecuencias. La literatura consultada no niega ni minimiza los potenciales efectos de la desinformación, pero sí advierte que su impacto podría estar siendo magnificado, lo cual podría resultar más dañino que la noticia falsa per se, en tanto que la percepción distorsionada sobre el impacto de la desinformación puede llegar a erosionar la confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación social y en la democracia (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, 2020, p. 169).

En esta misma línea, Tsfati et al. (2020) presentan un interesante argumento sobre la atención que reciben las noticias falsas. Los autores señalan que la literatura pareciera apuntar hacia una exposición relativamente limitada del público a las noticias falsas (y citan a: Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, y Cook, 2012; Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson, y Lazer, 2019; Nelson y Taneja, 2018); sin embargo, subrayan que, a pesar de esta exposición limitada, los datos demuestran repetidamente que al menos algunas noticias falsas reciben una atención generalizada y son ampliamente creídas. Para ellos, entonces, “aunque la evidencia es circunstancial, el hecho de que las personas escuchen noticias falsas, pero no vean su publi-

cación original, implica que los principales medios de comunicación son responsables de gran parte de la atención que las noticias falsas reciben” (Tsfati et al., 2020, p. 160). Es decir, si bien no hay datos sobre la exposición a noticias falsas en los medios tradicionales, los autores sostienen que es probable que, dada la gran atención que se dedica a las noticias falsas en este tipo de medios, una mayor proporción del público está expuesta a las noticias falsas a través de la cobertura que sobre ellas hacen los medios tradicionales. Así, si bien los autores advierten que los medios tradicionales no son el único conducto de noticias falsas y otra desinformación, señalan que “probablemente sí sean un amplificador y difusor significativo de historias falsas, incluso si, en su mayor parte, cubren noticias falsas con la intención de aclarar las cosas y corregir la información fabricada” (Tsfati et al., 2020, p. 160).

Los autores reconocen que la reacción del gremio periodístico al crecimiento del contenido desinformativo ha sido un renovado énfasis en la verdad y los hechos, “con algunas marcas periodísticas alrededor del mundo teniendo más cuidado que nunca con los hechos” (Tsfati et al., 2020, p. 158), algo que ya ha sido documentado para el caso costarricense (Carazo-Barrantes y Cajina Rojas, 2020). Esta respuesta se ha visto reflejada, entre otras maneras, en la proliferación de iniciativas de verificación, las cuales, desde 2001 han crecido en porcentajes que superan el 1000% (Amazeen, 2013; Tsfati et al., 2020; Carazo-Barrantes y Cajina Rojas, 2020).

Sin embargo, como bien apuntan Tsfati et al. (2020):

para corregir la desinformación, los medios de comunicación tienen que repetirla y repetir las mentiras a menudo dificultan su corrección (Lewandowsky et al., 2012). Además, pocas otras instituciones tienen el alcance de los medios de comunicación (Waisbord, 2018). La investigación también indica que el alcance de sitios de noticias falsas (Fletcher et al., 2018)

y el consumo de noticias falsas en línea (Grinberg et al., 2019; Guess et al., 2019) se limitan a partes bastante pequeñas de la población. En conjunto, esto implica que muchas personas pueden escuchar noticias falsas a través de los principales medios de comunicación. Así, resulta paradójico que los medios de comunicación tradicionales que cubren la desinformación ayudan en su difusión: aunque su propósito es corregir la desinformación (p. 158).

Si bien esto puede ser, sin duda, una posibilidad (más probable en algunos países o contextos que en otros) también es cierto que estamos ante un fenómeno que es real y que es preocupante.

Por un lado, está lo que se conoce en la literatura como el “género” de las noticias falsas (“fake news genre”) (Egelhofer y Lecheler, 2019), refiriéndose a la difusión intencional de información falsa, enmascarada como noticias tradicionales, para promover objetivos políticos o generar ingresos publicitarios. A diferencia de la desinformación por parte de actores políticos, por ejemplo, uno de los principales problemas de este género de noticias falsas es que es muy difícil rastrear a los productores originales de la información puesto que parte de su manera de operar es desde el anonimato, escondiendo su verdadera identidad. Algunas veces lo hacen a través de perfiles falsos en redes sociales, otras veces presentan el contenido desinformativo bajo el disfraz de un pseudo medio de comunicación que hacen parecer como legítimo.

Por otro lado, es por todos reconocido que los propios políticos son fuente de contenidos desinformativos. Los políticos siempre han exagerado, engañado y hasta mentido; no obstante, las oportunidades que tienen en la actualidad para diseminar información directamente, sin pasar por el filtro de los medios y su escrutinio periodístico, se han multiplicado gracias a Internet y las redes sociales.

Para Zhuravskaya et al. (2020), las bajas barreras de entrada a las redes sociales hacen menos efectivos los filtros de cara a la propagación de la información política, permitiendo nuevos participantes previamente marginados por el *establishment* político.

Los autores explican el ciclo político de la desinformación al advertir que, como los estándares de verificación de datos en línea son laxos, las barreras de entrada bajas junto con la velocidad sin precedentes con la que los usuarios pueden compartir contenido en las redes sociales, da pie para potenciar una difusión de contenidos desinformativos y noticias falsas, lo que en última instancia aumenta el malestar hacia la política (Zhuravskaya et al., 2020). También recuerdan que como las reacciones inmediatas a menudo se basan en las emociones más que en la razón, las noticias falsas, que provocan miedo o ira, pueden propagarse más rápido que las reales noticias, que a menudo tienen menos carga emocional, algo que ya ha sido comprobado (Bakir y McStay, 2018; Guo, Cao, Zhang, Shu, y Yu (2019); Horner, 2021; Martel, Pennycook y Rand, 2020). La facilidad con la que se comparte el contenido emocional en línea también puede contribuir a la ineficacia de la verificación de hechos (basada en la razón) para compensar noticias falsas (basadas en emociones) (Andersen y Søe, 2020; Pavleska, Školkay, Zankova, Ribeiro, y Bechmann, 2018). Asimismo, las bajas barreras de entrada multiplican las fuentes de noticias y, posiblemente, permite a los usuarios adaptar sus fuentes a sus preferencias preexistentes (Barnidge y Peacock, 2019; Guess et al., 2018; Spohr, 2017; Tandoc, 2019) con más libertad y precisión de lo que permiten los medios tradicionales; esto podría potencialmente dar lugar a cámaras de eco y conducir a una mayor polarización política (Pariser, 2011; Bakshy, Messing, y Adamic, 2015).

Sobre el fenómeno de la polarización y las cámaras de eco mucho se ha escrito. Se trata de algo que empieza desde las decisiones de consu-

mo de las audiencias: nos gusta ver, leer y escuchar programas, canales y perfiles en redes cuyas posiciones se acercan a las nuestras; es decir, nosotros creamos nuestros propios filtros mediáticos. No obstante, luego, esta “burbuja mediática autoimpuesta es reforzada y perpetuada” (Lee, 2019, p. 17) por los algoritmos de las grandes empresas como Facebook y Google. Para Lee (2019), “la tendencia del individuo a exhibir *comportamiento de exposición selectiva y sesgo de confirmación*, como a menudo se le llama, en última instancia, aumenta la polarización ideológica, y esto resulta extremadamente importante al analizar la responsabilidad individual en una cultura que perpetúa las *noticias falsas*” (p. 17).

Ya desde hace más de una década, Bishop (2008) se refería a este fenómeno explicando que a medida que la ciudadanía gravita hacia grupos aislados y de ideas afines, aumenta “una creciente intolerancia por las diferencias políticas [...] y una política tan polarizada que [...] las elecciones ya no son solo contiendas sobre política, sino amargas escogencias entre formas de vida” (como se citó en Lee, 2019, p. 18), algo con lo que los costarricenses nos podemos identificar si recordamos el proceso electoral de 2018.

Sobre el mismo fenómeno, Gentzkow (2016) agrega que todo esto conduce no solo a una menor discusión sino también a una sociedad donde las personas “tienen opiniones abrumadoramente positivas de sus propios copartidarios y puntos de vista muy negativos de aquellos en el otro lado del espectro político” (p. 13).

Adicionalmente, desde la mirada mediática, en muchos países, como los Estados Unidos, donde el fenómeno es muy claro y evidente, la polarización política del público ha sido explotada por las empresas de medios “en un esfuerzo por aumentar las ganancias a través de la sensacionalización de las noticias, sirviendo esto para perpetuar la diseminación de *noticias falsas*, tanto fácticas como ideológicas” (Lee, 2019, p. 18). Lee explica que esto se ha logrado apuntando

[“targeting”] a audiencias mediante la utilización de material de noticias sensacionalistas que no está basado en la importancia de una realidad objetiva, sino más bien en la realidad subjetiva deseada de sus audiencias, promoviendo la idea de las burbujas de filtro (Lee, 2019).

Sobre las cámaras de eco y las burbujas de filtro, Zhuravskaya et al. (2020) argumentan que incluso si Internet y las redes sociales aumentan la exposición a noticias afines en comparación con las interacciones en el mundo físico, no está claro si esta exposición tiene algún impacto en la polarización política en la vida *offline*. Hasta el momento, la literatura no es concluyente sobre este tema; más bien proporciona argumentos y evidencia que apoya ambos lados del debate (Zhuravskaya et al., 2020, p. 425).

Otro señalamiento que hacen los autores sobre el papel de Internet y las redes sociales en la política es que el contenido generado por el usuario y la comunicación bidireccional en las redes sociales también podrían cambiar la forma en que los políticos y los ciudadanos interactúan: las redes sociales permiten a los políticos recibir comentarios inmediatos; además, está el bajo costo de crear cuentas automatizadas, la capacidad ilimitada de publicar contenido y el uso de cuentas anónimas o suplantadas que permite la manipulación del contenido en línea visto por usuarios reales, lo que podría conducir a la persuasión política (Zhuravskaya et al., 2020).

Además de todo lo anterior, Pate, Gambo e Ibrahim (2019), hacen un listado con algunas razones adicionales por las cuales las noticias falsas circulan tan amplia y rápidamente. Su lista está situada en el caso nigeriano; sin embargo, de seguido se retoman algunas de las razones que, a juicio de las autoras de este capítulo, aplica también para el caso costarricense:

1. Desconfianza general de las élites, líderes y políticos por parte de la ciudadanía, lo cual provoca que las personas tiendan a creer

en la información negativa que generan sus oponentes.

2. Ausencia o llegada tardía de información oficial sobre los problemas. Esto crea un vacío convenientemente llenado por rumores y desinformación.
3. La disponibilidad de servicios de datos baratos facilita el uso explosivo de las plataformas de redes sociales (Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube) para difundir rumores, propaganda e información falsa.
4. Las noticias falsas sensacionalistas se difunden por razones económicas, especialmente en las redes sociales.
5. Las limitaciones de los medios para recopilar, procesar y verificar información inmediata y distante en tiempo real exacerban las noticias falsas a través de Internet o las plataformas de redes sociales donde la mayoría carece de procesos de control (pp. 23-24).

Para el caso nigeriano, Pate et al. (2019) mencionan también algunas razones relacionadas con el régimen autoritario que no aplican en nuestro país.

Algo que sucede con frecuencia en política pero que no es mencionado por Zhuravskaya et al. (2020) ni está en la lista de Pate et al. (2019) es lo relacionado con los troles. En política, especialmente en contextos de campañas electorales, “ejércitos de cuentas fantasma son puestos al servicio de ciertas causas, [a favor o en contra de un candidato, por ejemplo], dando así la impresión de que existe un amplio respaldo social a un interés que en realidad podría ser minoritario” (Paniagua et al., 2020, p. 125).

La evolución de los troles, de personas que posteaban alrededor de temas de su interés, a grupos (de troles) que funcionan coordinadamente en el marco de estrategias digitales es descrita por Zeledón (2020). El autor subraya el carácter político-ideológico de los troles:

El trol se caracteriza por el anonimato o pseudoanonimato, por la acción colectiva y estratégica en torno a objetivos, generalmente de orden político o ideológico [...] El trol involucra, entonces, agentes humanos y no humanos para construir mensajes que generan desinformación desde contenidos que tienden a apelar a las emociones. Pese a la imprecisión que generan conceptos como noticias falsas, desinformación o mala información [...] [se establece] una interrelación importante entre trol y falsedad y manipulación en la constitución del discurso público (pp. 319-320).

Otro estudio que analiza el uso de los robots (o bots) como troles, en este caso por parte de partidos políticos, es el de Campos-Domínguez, y García-Orosa (2018). En su estudio con entrevistas en profundidad a asesores y consultores políticos, los autores “confirman el uso de la automatización y de algoritmos por parte de los partidos políticos en España; fundamentalmente, para la reproducción y la circulación del mensaje, en las que los robots avanzan en su camino como infomediadores entre los políticos y los ciudadanos” (Paniagua et al., 2020, p. 126).

Estos autores continúan explicando que “en un entorno en el que la distribución de la información política está dominada por las redes sociales y no por los medios periodísticos, la propaganda computacional se mezcla, hasta confundirse, con las noticias de las empresas periodísticas tradicionales” (p. 125).

El de Paniagua et al. (2020) es uno de los estudios que se ha enfocado en analizar los contenidos desinformativos que circulan durante procesos electorales y han propuesto categorías para analizarlos en este contexto particular. Los autores, que hacen “una anatomía del bulo electoral” encontraron que “el bulo electoral más frecuente se refirió a la presunta corrupción del propio sistema electoral” (p. 124). *Chequeado*, un servicio de verificación de datos argentino,

habla de los siguientes tipos de desinformación electoral en América Latina (Zoomer, 2021):

- irregularidades que no son fraude
- denuncias de supuesto fraude organizado por autoridades
- denuncias de supuesto fraude (uso de cédulas de personas fallecidas, voto de personas no habilitadas, voto de personas residentes en el exterior, otros problemas del día de las elecciones, etc.)
- desinformaciones que engañan a los ciudadanos para que no voten o invaliden su voto
- desinformaciones sobre encuestas falsas
- desinformaciones sobre falsas declaraciones o falsas propagandas de los candidatos

Como se ha podido ver en este apartado, es mucho lo que se ha escrito sobre el fenómeno de la desinformación en el campo de la política y, en particular, en procesos electorales. Estos antecedentes sirven para ponerlos a dialogar con los hallazgos del presente estudio situado en el caso costarricense del proceso electoral 2022.

2.2.3. La campaña presidencial 2021-2022

Si la campaña presidencial 2017-2018 resultó “atípica” por el impacto que tuvo en el proceso electoral la comunicación (el 9 de enero de 2018) de la opinión consultiva de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en relación con derechos de la población LGBTIQ, se podría decir que la campaña del 2021-2022 también resultó atípica porque se desarrolló en medio de una pandemia mundial que en enero 2022 ya estaba por cumplir dos años. El mes de enero de 2022, coincidió, además, en el país, con un marcado incremento en la cantidad de casos positivos de COVID-19 por la variante Ómicron. Como si esto fuera poco, por primera vez en la historia del país, se postularon 25 personas candidatas a la presidencia del país, un número nunca antes visto de candidaturas. Al escribir

este capítulo, antes del día de las elecciones (6 de febrero), “las 25 candidaturas presidenciales se muestran acompañadas de una alta fragmentación en las preferencias del electorado, elevados porcentajes de indecisión del voto y, consecuentemente, altas probabilidades de celebrar una segunda ronda electoral” (CIEP, 2022).

Si bien Costa Rica sigue siendo reconocido por ser un país con una democracia longeva, estable y robusta, el país no ha estado exento de fenómenos globales que se han documentado ampliamente. Uno de ellos es la crisis de la democracia como forma de organización política. Esta crisis se evidencia, en el país, de muchas maneras: fragmentación política, pérdida de confianza en los partidos políticos, insatisfacción con el funcionamiento del sistema democrático, ciudadanía indiferente y apática políticamente, entre otros.

Adicionalmente, la población ha venido manifestando una creciente insatisfacción con el funcionamiento del gobierno, el manejo de las medidas en el marco de la pandemia, la crisis fiscal y aumento en el costo de la vida, el desempleo y las múltiples evidencias de la incapacidad institucional (en temas como gasto público, seguridad e infraestructura, por ejemplo).

Como en toda elección presidencial, la ciudadanía busca propuestas que le den respuesta a su descontento y estas respuestas ya no las busca en los partidos políticos, sino en los candidatos. Para Rojas y Treminio (2018) “los electores ya no se sienten convocados por los partidos históricos y votan por personajes que saltan a la política desde otros espacios sociales, como la televisión, los deportes y la farándula. Personajes que usan los viejos partidos como andamios electorales o improvisan estructuras que desaparecen una vez pasadas las elecciones” (p.13). Esto es algo que ya se había dado en el 2018 pero que en el 2022 no solo se repitió sino que el fenómeno se potenció.

Frente a este complejo panorama, también por primera vez en la historia, a tan solo dos semanas de las elecciones, el electorado seguía indeciso. En el estudio de opinión pública del CIEP del 19 de enero de 2022, un 81% de las personas encuestadas afirmó que sus personas cercanas se encuentran todavía en indecisión respecto a por quién votar (CIEP, 2022). Además, un 74% de las personas entrevistadas opinaron que, en comparación con procesos de elección presidencial anteriores, la actual decisión de por quién votar ha sido más difícil.

En este contexto, la preocupación por el fenómeno de la desinformación está muy presente, particularmente en la agenda de los medios de comunicación y de los verificadores de datos del país, que surgieron, precisamente, en el contexto de la campaña presidencial anterior (de 2018). Dos de los esfuerzos más reconocidos son *No Coma Cuento* de Grupo Nación y *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica (Vargas Fallas, 2021). El presente artículo explora, entonces, las características del discurso desinformativo en este contexto electoral sin precedentes en Costa Rica.

2.3 Metodología del estudio

El periodo de análisis inició en octubre del año 2021 y finalizó el 26 de enero del año 2022, es decir, comprendió desde el comienzo de la campaña política hasta varios días después del ciclo de debates nacionales organizado por el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y en los que participaron las 25 personas aspirantes a la presidencia.

Para recolectar los datos se empleó la herramienta de análisis de redes sociales *CrowdTangle* de Meta, la cual permite obtener las publicaciones difundidas en páginas o perfiles públicos de Facebook. Se consultaron específicamente aquellas páginas que suelen difundir contenido desinformativo así como los perfiles de las iniciativas de verificación *Doble*

Check de la Universidad de Costa Rica (UCR) y *No Coma Cuento*, de *La Nación*. Esta búsqueda automatizada fue complementada con una búsqueda en grupos de Telegram que también suelen propagar contenidos desinformativos⁴. También se hizo una búsqueda de los términos “noticias falsas”, “fake news”, “falso”, “mentira” en Google Noticias.

Como resultado se obtuvo un corpus conformado por 43 unidades de análisis, las cuales fueron clasificadas en las siguientes categorías: (1) desinformación relacionada con la pandemia en Costa Rica, (2) desinformación sobre el proceso electoral costarricense, (3) desinformación acerca de o emitida por alguna persona candidata durante el periodo de análisis y (4) otros, categoría temática que se refiere a desinformaciones variadas relacionadas principalmente con estafas.

Las publicaciones desinformativas fueron analizadas mediante categorías extraídas del análisis del discurso. Este enfoque ha sido empleado para el análisis de la desinformación porque parte de la premisa de que los textos engañosos –al igual que los veraces– se construyen mediante una serie de reglas, convenciones y

tradiciones lingüísticas específicas (Tristán-Jiménez y Sibaja, 2021).

Por ejemplo, el análisis del discurso aplicado al estudio específico de la desinformación ha permitido identificar que a nivel lingüístico las noticias falsas suelen construirse mediante modalidades fijas de expresión, términos repetidos y frases hechas (Mottola, 2020); el análisis multimodal indica que suelen emplearse fotografías para generar un efecto de veracidad, credibilidad y legitimidad en las instancias de recepción e interpretación (Vergara, 2021) mientras que el análisis desde el modelo de la valoración (Martin y White, 2005) sugiere que la voz hablante, al valorar negativamente los contenidos desinformativos que emite, apela a la emoción con el fin de generar miedo y alarma entre las personas receptoras (Tristán-Jiménez y Sibaja, 2021).

En función de lo anterior, el análisis del *corpus* comprendió los siguientes pasos: 1) análisis de contenido (el qué), 2) las estrategias discursivas a partir de las cuales se realizan lingüísticamente los temas identificados mediante el análisis de contenido (el cómo), (3) el análisis de los actores sociales y de la transitividad (los roles atribuidos a los actores referenciados en el discurso, 4) el modelo de la valoración, el cual permite identificar cómo la voz hablante evalúa el contexto y los actores sociales referenciados en su discurso y (5) un análisis multimodal transversal para identificar los recursos o modos semióticos empleados para la construcción de la

4 Los perfiles de Facebook y los grupos de Telegram fueron seleccionados con base en un estudio previo titulado “#Fake news: una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica”, en el marco del cual se identificaron las fuentes predominantes de desinformación en el país.

Tabla 2.3 Resumen de la estrategia metodológica

Item	Método de análisis
Temas	Análisis de contenido
Valoración de los partidos políticos	Modelo de la valoración
Valoración de los actores sociales referenciados en el discurso	Transitividad y modelo de la valoración

Fuente: *Elaboración propia.*

desinformación. En el Tabla 2.3 se resume la estrategia analítica.

Se considera necesario señalar que el tamaño del *corpus* no permite establecer generalizaciones, pero sí ofrece la ventaja de poder analizar en profundidad las características del discurso desinformativo en el momento específico de la campaña electoral, la cual, como ya se ha dicho, coincidió con la cuarta ola de contagios impulsada por la variante Ómicron de COVID-19 en Costa Rica. En la siguiente sección se presentan los resultados del análisis, los cuales fueron organizados en función de las categorías de clasificación explicadas al inicio.

2.4 Resultados

2.4.1 Distribución del *corpus*

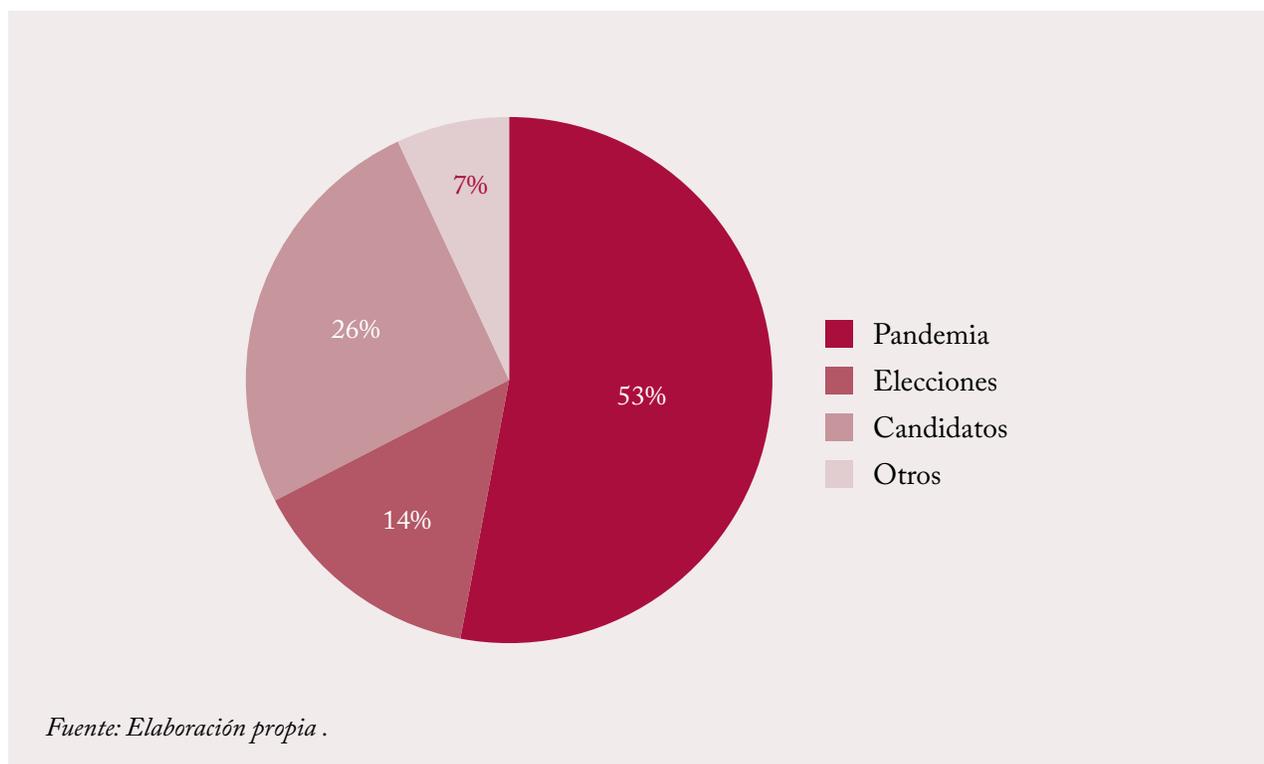
El análisis de contenido permitió identificar tres grandes macrotemas: pandemia,

elecciones y candidatos, es decir, noticias falsas sobre candidatos o discurso desinformativo (carente de veracidad) emitido por alguna de las personas candidatas durante sus intervenciones públicas. Estos temas, a su vez, se dividen en subtemas que serán explicados más adelante.

Como se puede observar en la Figura 2.1, la desinformación sobre la pandemia supera a los otros dos temas, lo cual coincide con un estudio anterior realizado en época de normalidad política en el cual se detectó que en Costa Rica las noticias falsas suelen centrarse en eventos particulares y no tanto en procesos electorales, como sí sucede en otros países (Carazo-Barrantes, Tristán-Jiménez y Siles, 2021). Por tanto, aún en un momento de excepcionalidad política, como lo es el periodo electoral, el evento prolongado de la pandemia sigue acaparando la producción de contenidos desinformativos.

Como puede verse, el *corpus* resultante es pequeño, lo cual puede deberse a algunas

Figura 2.1 Distribución temática del *corpus* durante el periodo de análisis (octubre 2021 - enero 2022)



razones: (1) la gran cantidad de candidatos en la contienda electoral no ha generado ataques bilaterales que, por lo general, suelen articularse a través de un intercambio de argumentos y acusaciones que pueden ser desinformativos y (2) los datos también confirman lo señalado por otros estudios en los que se afirma que en Costa Rica no hay una industria de producción de contenidos desinformativos. Es probable que esta tendencia se revierta en el caso de que sea necesario el balotaje.

Los perfiles de Facebook que suelen difundir desinformación y/o teorías de la conspiración fueron agrupados en una “Lista” de

Crowd Tangle, es decir, una colección de páginas, grupos, cuentas y *subreddits* (comunidades en las que se habla sobre un tema específico). Esta lista se analizó mediante la herramienta *Leaderboard* - también de *Crowd Tangle* - la cual permitió ver el desempeño (*performance*) de los sitios que difunden desinformación y / o teorías de la conspiración en Costa Rica.

En la Tabla 2.4 puede verse el listado de perfiles de Facebook que han publicado contenidos tendenciosos y sus respectivas métricas para el periodo comprendido entre octubre de 2021 y el 27 de enero de 2022.

Tabla 2.4 Listado de perfiles de Facebook			
Nombre de la página	Total de interacciones	Promedio de publicaciones por día	Número de seguidores
Televisión y Radio RN	94.977	3	158.523
Católico defiende tu fé	54.477	25,57	1.502.492
Allan Jara Noticias	34.834	8,29	294.276
Coco y su Pandilla (Oficial)	21.038	0,86	366.799
Noticias y más	14.431	12,57	214.274
Usted no es mi presidente Reloaded	8.200	2,29	103.287
Don Burro Diputado	6.983	15,14	53.463
Profe Ariel C.R.	6.461	1	47.200
San José Denuncias	6.311	7,14	83.559
Noticias Costa Rica	5.927	5,71	145.658
Liberales Costa Rica	2.770	17,43	21.067
Defendamos Costa Rica Marco Albertazzi	2.708	3,86	928
Eres un PAClovercillo	1.958	6,43	34.569
Planeta Político	1.666	0,71	20.686
CR 506	1.521	2,86	185.645

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados mediante *Crowd Tangle*.

Figura 2.2 Desempeño de las publicaciones de páginas desinformativas en Facebook (octubre 2021 - enero 2022)

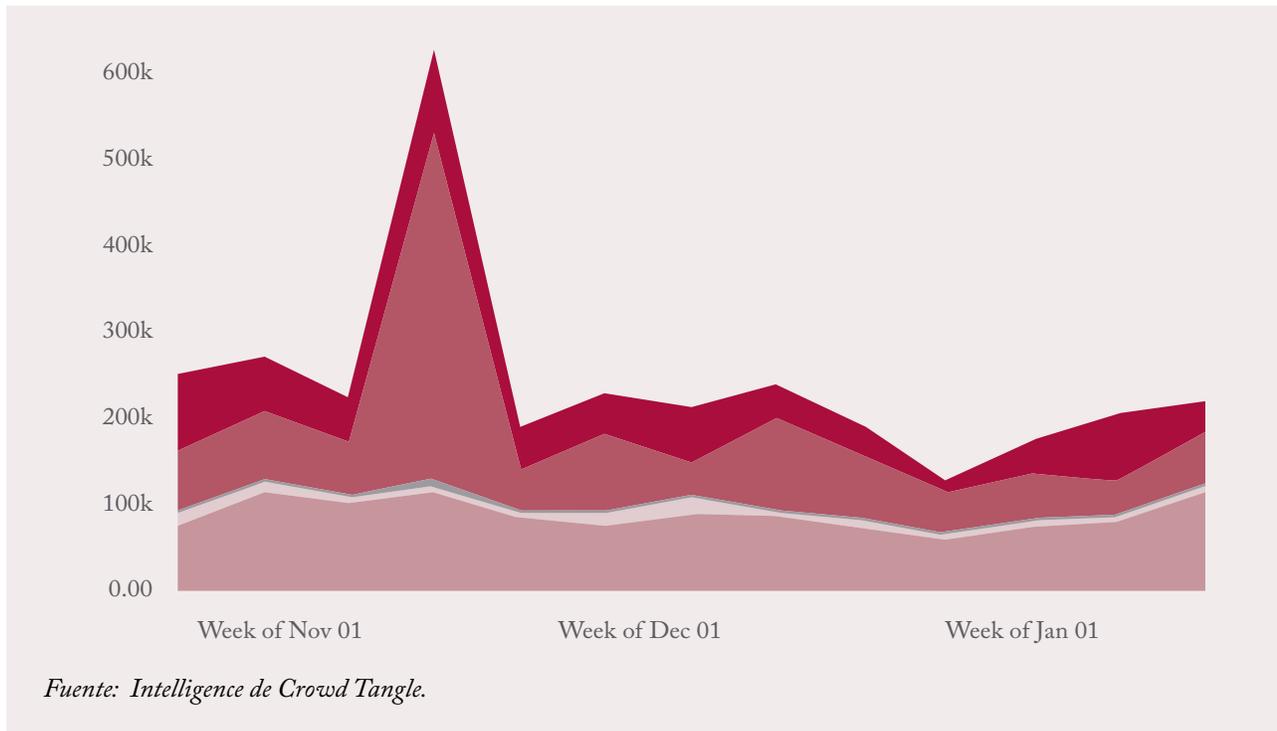
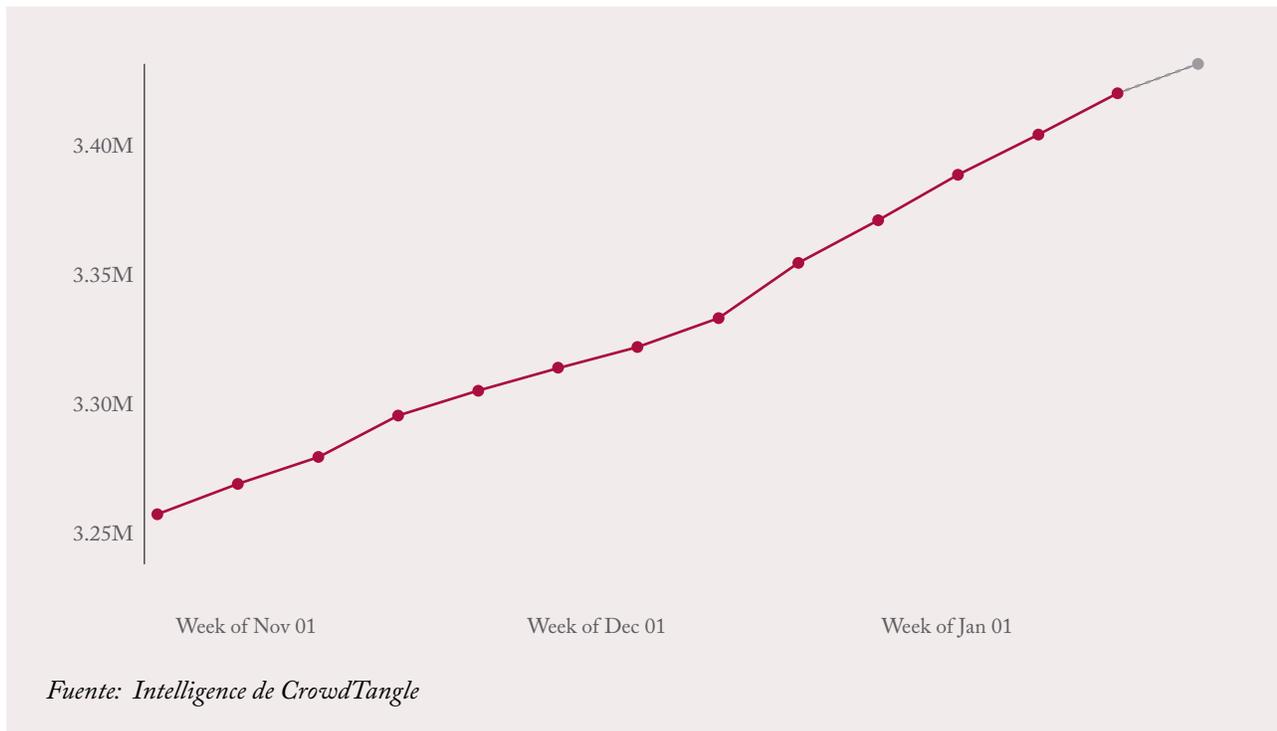


Figura 2.3 Número de seguidores de páginas desinformativas en Facebook (noviembre 2021 a enero 2022)



En cuanto al desempeño de estas páginas durante el periodo de análisis, el Figura 2.2 describe el comportamiento de las publicaciones en términos de *engagement*. El pico de interacciones se da en la semana comprendida entre el 14 y el 20 de noviembre. Precisamente, el día con mayor número de interacciones es el 14 de noviembre, fecha en la que se convocó una manifestación frente a la estatua de León Cortés, en la Sabana, en contra de la vacunación obligatoria en niños y niñas.

La Figura 2.3 describe la trayectoria del número de seguidores de páginas que suelen difundir contenidos desinformativos y/o conspirativos. De acuerdo con los datos obtenidos mediante la herramienta *Crowd Tangle*, para enero de 2022 este tipo de páginas alcanzaron 3.430.000,00 millones de seguidores. Lo cual implica un crecimiento del 5,31% con respecto al mes de octubre de 2021, es decir, un incremento de 172.900 mil seguidores.

Por su parte, la Figura 2.4 refleja el crecimiento del número de seguidores de las páginas oficiales de los 25 candidatos a la presidencia. Como puede verse, la trayectoria también es ascendente, pero en menor medida pues estas páginas - en su conjunto - registraron 1.420.000 millones de seguidores a enero del 2022. Es decir, a pocas semanas de las elecciones presidenciales, los perfiles de las páginas desinformativas tienen más seguidores que los perfiles de los candidatos.

En términos porcentuales, desde octubre de 2021 a enero de 2022, las páginas de los candidatos incrementaron su número de seguidores en un 4,48%, es decir, 60.900 personas más mientras que los seguidores de las otras páginas se incrementó en un 5,30 %, es decir, 172.000 personas más, tal y como puede verse en la Figura 2.5.

En lo relativo a los formatos, predominan las publicaciones en redes sociales y los

Figura 2.4 Número de seguidores páginas de candidatos presidenciales en Facebook (noviembre 2021 a enero 2022)

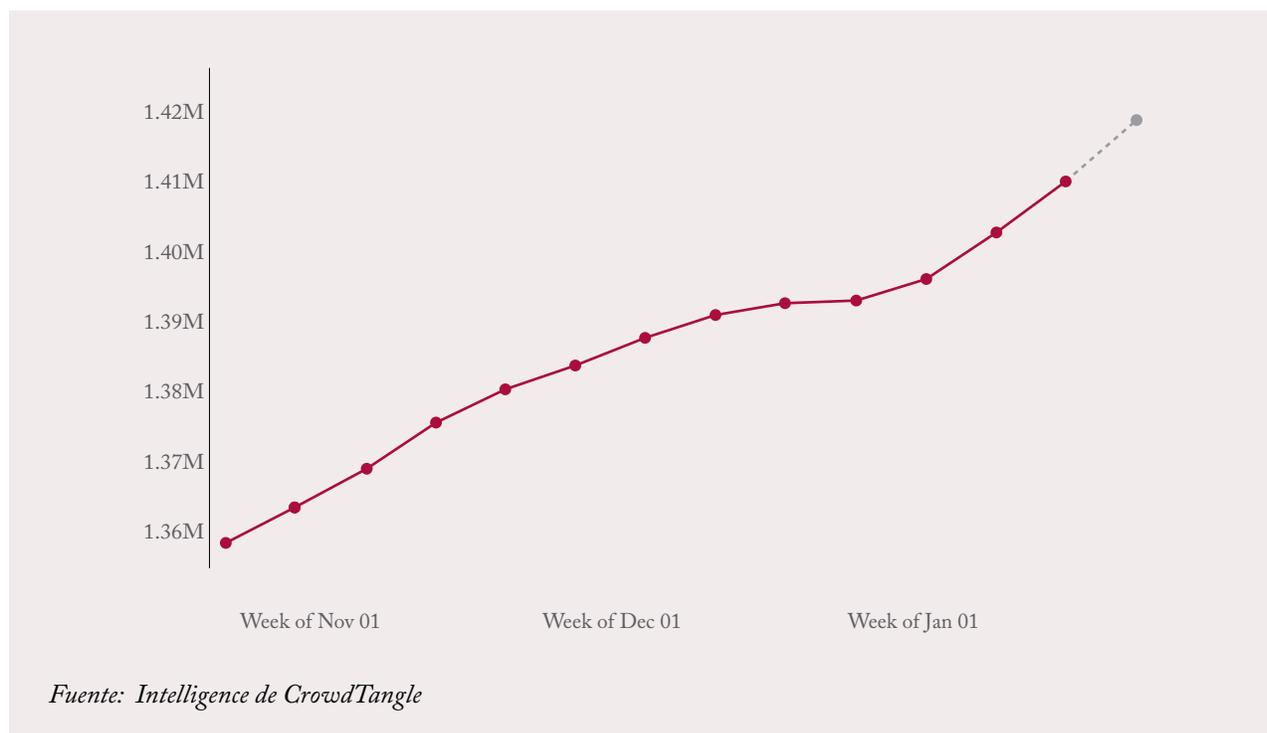


Figura 2.5 Incremento en el número de seguidores de páginas desinformativas y perfiles de los candidatos (octubre 2021 a enero 2022)

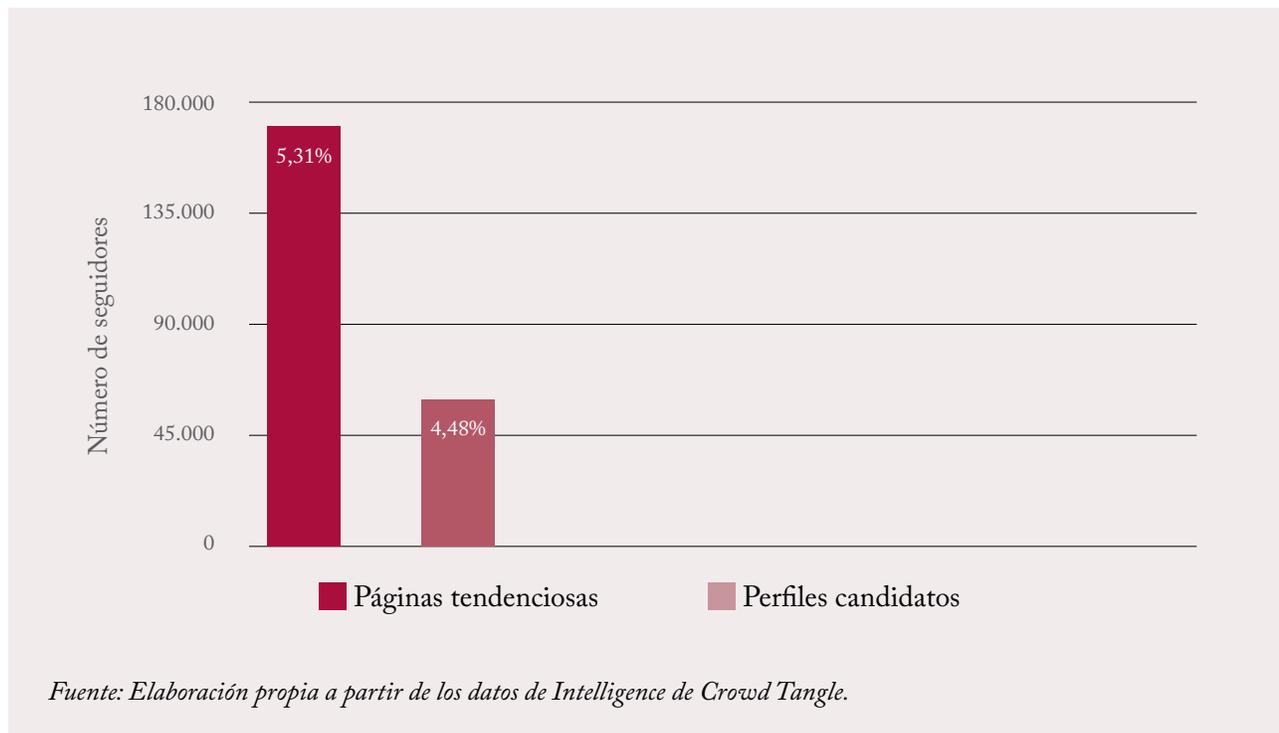


Figura 2.6 Formatos de contenidos desinformativos (octubre 2021 a enero 2022)

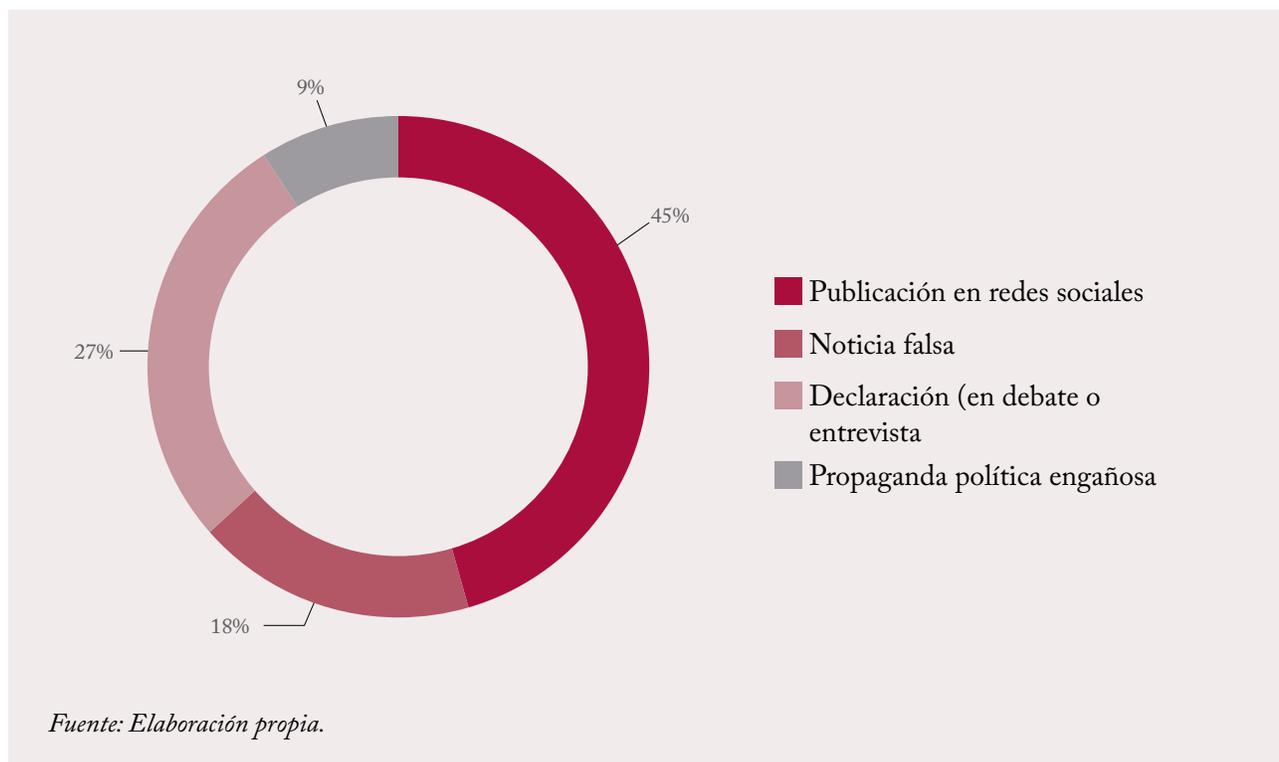
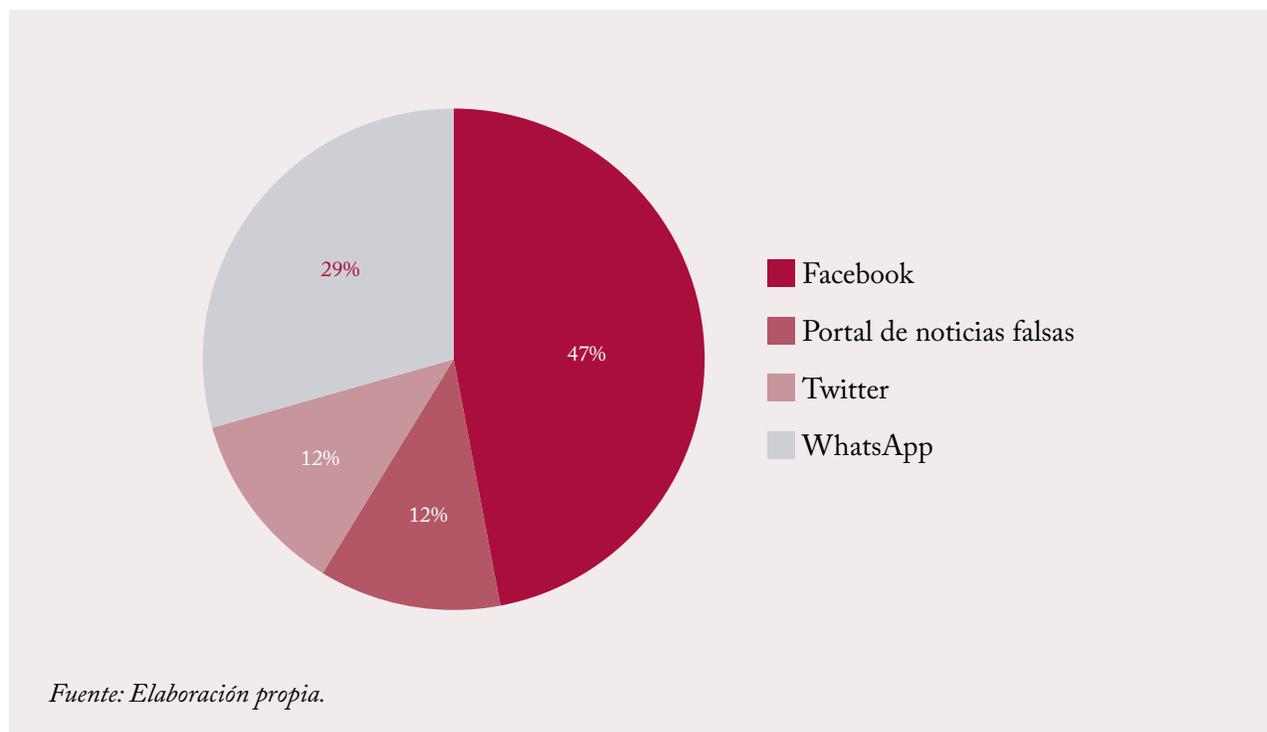


Figura 2.7 Plataformas utilizadas para la difusión de contenidos desinformativos (octubre 2021 a enero 2022)



mensajes distribuidos a través de cadenas de mensajería instantánea, concretamente WhatsApp y Telegram. En la Figura 2.6 puede verse la distribución del *corpus* en función de los formatos identificados.

Estos hallazgos van en la misma línea de lo encontrado en otros estudios según los cuales en Costa Rica, a diferencia de otros países, la desinformación no suele circular bajo el formato de noticias falsas⁵. Sino que lo hace bajo la forma de publicaciones en redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. Por esa razón, el esfuerzo que realizan conjuntamente el TSE y Facebook para combatir la circulación de la desinformación el día de las elecciones es necesario, pero probablemente insuficiente pues

5 Proyecto C0336 #FAKENEWS: Una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica, financiado con fondos del FEES CONARE, convocatoria 2019.

Figura 2.8 Captura de pantalla



las personas que producen contenidos desinformativos encuentran maneras de hacerla circular a través de WhatsApp y Telegram.

El análisis multimodal del *corpus* sugiere que los textos suelen ser contruados usando mayúsculas o frases hechas de tono alarmista; también es común el uso de montajes fotográficos como el caso de la noticia falsa difundida entre el 9 y el 10 de octubre de 2021 por un supuesto portal noticioso llamado LNB News. En esa publicación se argumentaba que el candidato del Partido Liberal Progresista (PLP), Eliécer Feinzaig Mintz, vendería el Instituto de Acueductos y Alcantarillados (AyA) a la multinacional Nestlé si llegase a ser presidente. En la Figura 2.8 puede apreciarse el montaje.

Como puede observarse en la imagen, hay varios detalles que indican la falsedad de la noticia. Por ejemplo, el hecho de que esté fechada en “octubre 2025” así como el nombre del portal noticioso. Estos detalles no impidieron que la captura de pantalla se difundiera a través de redes sociales. De acuerdo con *No Coma Cuento*, Albino Vargas, dirigente de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP), incluso publicó el 11 de octubre un video en su portal de Facebook en protesta por la potencial venta del AyA y aunque ese mismo día, en horas de la tarde, Vargas ofreció disculpas por lo sucedido a través de su cuenta de Twitter, este ejemplo da cuenta de la facilidad con la que se producen y circulan los contenidos desinformativos en la actualidad.

2.4.2. Análisis de la desinformación relacionada con la pandemia en Costa Rica

Bajo el macrotema de la pandemia se agrupan otros subtemas, a saber: vacunación obligatoria, ineficacia y peligrosidad de las vacunas y gobierno. En el primer caso, los contenidos desinformativos señalan que la vacunación obligatoria es anticonstitucional; en el segundo, que las vacunas no sólo son ineficaces sino tam-

bién peligrosas y, en el tercero, se acusa al gobierno de una mala gestión de la pandemia y de engañar “al pueblo”, por ejemplo, se insinúa que el presidente y el Ministro de Salud en realidad no se han vacunado. En las unidades de análisis sobre el subtema de vacunación obligatoria los actores sociales que aparecen en el discurso son el gobierno en rol de agente y la ciudadanía en rol de víctima, es decir, la que recibe las acciones (negativas) que impulsa el ejecutivo mediante la vacunación obligatoria. En algunas noticias falsas se emplean estrategias referenciales para incluir a actores sociales “aliados”; por ejemplo, “dos magistrados” que estarían a favor de interponer un recurso que declare fuera de lugar la obligatoriedad de la vacuna.

Desde el punto de vista del modelo de la valoración, subdominio de la actitud, es posible identificar una evaluación negativa del gobierno y del objeto de sus acciones, como por ejemplo, cuando la vacunación obligatoria es catalogada como “ilegal”. Asimismo, las acciones del gobierno son valoradas como “discriminatorias” al no tomarse en cuenta la voluntad de “800.000 costarricenses que no desean vacunarse” (sic), como puede verse en el siguiente ejemplo:

Desea la Defensoría que el presidente de la República asuma las responsabilidades inherentes a su cargo y no excluya, ni discrimine, a los 800.000 costarricenses que no desean ser vacunados, ya que solo a través del diálogo y el respeto humano muchas de esas personas podrían cambiar su posición (Facebook de la Defensora, 14/10/2021).

El ejemplo anterior corresponde a un video difundido por la Defensora de los Habitantes, Catalina Crespo, en la cual ella utiliza la estrategia discursiva conocida como *number game*, es decir, incluir cifras descontextualizadas para dotar de validez un enunciado (van Dijk, 2005). Tal y como lo señala la iniciativa de verificación *No Coma Cuento*, la cifra señalada por la Defensora no tiene fundamento. Sin embargo,

ella la emplea para articular su argumento en contra del presidente.

Dentro de esta misma línea temática fue posible identificar una subcategoría que mezcla desinformación relacionada con la pandemia con falsedades acerca del proceso electoral. Por ejemplo, un mensaje difundido a través de Telegram y WhatsApp argumenta que el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) va a implementar un protocolo de lavado de manos tan exhaustivo que dejaría fuera de las urnas a miles de costarricenses con el objetivo de generar un “abstencionismo forzado”, tal y como señala el desmentido de *No Coma Cuento* (11/01/2022).

En la Figura 2.9 puede verse una captura de pantalla de este mensaje. Lo llamativo de este caso es que el actor que emite la advertencia es una figura de mujer “computarizada”, con lo cual, la responsabilidad de lo argumentado queda diluída, es decir, no hay un actor social determinado que se haga cargo de lo señalado en el

discurso. En cambio sí queda claro que el actor social responsable de urdir un plan para aplicar un “abstencionismo forzado” es el TSE, con lo cual este ocuparía el rol de agente que pretende desarrollar una acción negativa contra la ciudadanía, la cual, en rol de paciente, se vería afectada por dicha disposición al no poder ejercer del derecho al voto. De esta forma, la voz hablante aplica una valoración de juicio negativo y aplica una sanción moral en contra del TSE.

Por otra parte, en lo relativo al subtema de las vacunas, los contenidos desinformativos se construyen a partir de dos supuestos: (1) la vacuna es ineficaz, (2) es peligrosa y la comunidad médica oculta la severidad de sus efectos secundarios. En el caso concreto de las vacunas con ARN mensajero (ARNm) se argumenta que contienen esta tecnología alteran de manera irreversible el ADN de las personas.

Un aspecto a destacar es que uno de los mensajes sobre la peligrosidad de la vacuna fue

Figura 2.9 Captura de pantalla



Fuente: No Coma Cuento (11/01/2022).

emitido por la Dra. Jimena Campos en un espacio facilitado por la oficina de la Defensoría de los Habitantes de Costa Rica. Según argumenta la doctora, las personas que hayan recibido la vacuna contra la COVID-19 propagan “proteínas tóxicas” a través de la tos y los fluidos corporales, poniendo en riesgo a las demás personas que no han sido vacunadas (*No Coma Cuento*, 14/10/2021). Vemos entonces que en esta construcción, el rol de agente lo desempeñan las “personas vacunadas” cuyas acciones, como toser, repercuten negativamente sobre las “no vacunadas”, quienes en su rol de pacientes reciben las consecuencias de la inoculación.

A diferencia de la mayoría de las desinformaciones en las que se omite la identidad de la fuente, en este caso es un actor determinado mediante nombre propio y ocupación quien emite la evaluación negativa de las vacunas y les atribuye no sólo una supuesta toxicidad sino también la posibilidad de ser un foco de contagio. El hecho de que sea una doctora en medicina quien lo argumenta, le otorga legitimidad al enunciado aunque no sea verdad.

Una situación similar se dio cuando la vicealcaldesa de San Carlos, Karol Salas Vargas, participó, junto con Marvin Castillo, del Movimiento Unidos por los Hijos, Marcos Albertazzi de Defendamos Costa Rica y la Dra. Jimena Campos en el programa *Sin Anestesia* emitido el 1 de noviembre de 2021 a través del perfil de Facebook *Villa Quesada TV*. Tal y como se señala en el video, el movimiento Unidos por los Hijos estuvo involucrado en las protestas que exigían la renuncia del antiguo Ministro de Educación, Edgar Mora. Asimismo, el grupo Defendamos Costa Rica se ha caracterizado por mostrarse en contra de las vacunas y su representante, Marcos Albertazzi, ha sido vehemente en su oposición al manejo que el gobierno ha hecho de la pandemia llegando incluso a negar su existencia, tal y como lo manifestó el 13 de julio de 2020 en una protesta frente a Casa Pre-

sidencial⁶. El movimiento Defendamos Costa Rica también se ha manifestado en contra de la vacunación obligatoria⁷.

Las personas que participaron en este programa declararon no ser antivacunas sino contrarias a que la vacunación sea obligatoria pues aún se desconocen sus efectos, especialmente en niños, niñas y jóvenes. De ahí que argumentan que su objetivo es la defensa de la salud de la niñez y de la libertad que tienen los padres y las madres para criar a sus hijos e hijas sin las imposiciones del gobierno.

El siguiente fragmento ejemplifica la postura de la vicealcaldesa. En el texto hemos resaltado aquellos elementos de la transcripción que, desde el punto de vista del modelo de la valoración, evidencian la evaluación que ella hace del proceso de vacunación:

“Estamos desde el 2018 a favor de los niños, de los jóvenes, de los menores de edad, a favor de los hijos y en contra de cualquier **imposición** que se irrespete a los padres de familia así que no es posible que a los menores de edad se les esté pidiendo desde ya que estén vacunados como una condición de matrícula para el curso 2022 (...) Como ya está **comprobadísimo** en otros países esto **todavía está en fase experimental** así que con los niños no se tiene que realizar **este experimento de aplicar una vacuna para ver qué va a suceder**. ¡No señores, aquí en San Carlos levantamos la voz a favor de la vida, a favor de los niños, a favor de la familia y por supuesto a favor de todos los

6 <https://amprensa.com/2020/07/manifiestante-a-daniel-saas-cual-pandemia-solo-hay-31-muertos-en-cuatro-meses/>

7 <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/458001/ciudadanos-se-manifiestan-en-contra-de-vacunacion>

derechos que están garantizados en nuestra constitución!” (10:25 - 10:30)

La obligatoriedad de la vacuna es evaluada por la vicealcaldesa desde el subsistema de la actitud. En el primer caso, hay una valoración afectiva del mismo pues lo considera una forma de “irrespeto” del gobierno hacia los padres de familia. En ese sentido, el agente sería el gobierno que lleva a cabo la acción - valorada como negativa - en contra de los padres. Por tanto, también se hace una valoración de juicio evocada de la institucionalidad - porque no aparece explícitamente en este fragmento, pero sí en secciones anteriores - representada por el Gobierno y el Ministerio de Salud. La vacuna en sí también recibe una valoración negativa ya que considera que es un “experimento” en el cual se van a usar a las personas menores como sujetos de experimentación. La frase “para ver qué va a suceder” evoca una valoración sobre un estado futuro no realizado (*irrealis*) que es precisamente lo que se quiere evitar mediante la oposición a la vacuna. El uso de la palabra “comprobadísimo” - como adverbio que estaría modificando al verbo “está” de forma superlativa - le otorga fuerza al argumento, emitiendo así una valoración desde el subsistema de la gradación.

Otra forma de darle fuerza al argumento sobre la peligrosidad de la vacuna es incluir una voz experta. En este caso, al igual que en el ejemplo anterior, también se invitó a la doctora Jimena Campos, quien nuevamente se muestra contraria al proceso de vacunación, como puede verse en el siguiente fragmento:

“No hay un acto de **corrupción peor** que esta situación que estamos enfrentando (..) Ahorita no nos damos cuenta, pero esto no sé, en unos años (...) esto será un **crimen contra la humanidad**, contra la niñez, personas que no pueden valerse por sí mismos. Están violentando derechos y personas que están coaccionadas porque eso no es vacuna. **No somos antivacunas**, ese es el argumento de personas y de

la prensa que están a favor **de este genocidio**. Ahí sí, es que somos antivacunas. No, somos **personas informadas** (...) personas comprometidas con la lucha social porque esto es una verdadera guerra, es **la tercera guerra mundial**. **A mi me parece que esto es una guerra biológica** y las personas no están recibiendo la debida información y están siendo llevadas como ovejas para el matadero para una situación que no va a ser reversible (...) tenemos que estar muy atentos” (14:20 - 15:12).

Al calificar la vacunación como un “caso de corrupción” se emite una valoración negativa explícita sobre el proceso y una sanción en contra del gobierno, al cual también se le acusaría de estar perpetrando un “crimen contra la humanidad”. A partir de la autovaloración positiva expresada en las oraciones “no somos antivacunas, somos personas informadas”, se está haciendo también una valoración negativa de otros grupos sociales (i.e la prensa) que por estar a favor de la vacunación serían cómplices del “genocidio” que se le atribuye al *establishment* médico. Asimismo, a través de estrategias referenciales como “tercera guerra mundial” o “guerra biológica” se le imprime peligrosidad e intensidad a la valoración del proceso.

Al ser interrogada por sus interlocutores, la Dra. Campos enlista los potenciales efectos de la vacuna en personas menores de edad:

“Pues bueno, las consecuencias pueden **ser muy graves** (...) el niño, se vio en un estudio de las vacunas de Pfizer, que después de 48 horas de inoculado una persona con una vacuna de Pfizer el ARN mensajero, que es depositado con el inóculo, en el brazo, se va al resto del cuerpo y puede llegar tan distante como a cerebro, como a corazón, ovarios, la sangre, el hígado, el bazo o sea puede llegarle a cualquier lugar del cuerpo a cualquier tejido, y esto es un problema porque un niño pequeño está siendo inoculado con un material

genético que va a generar un cambio en el código de estas células y hace que ellas produzcan la proteína spike o proteína espiga que es la **proteína tóxica (...)**”

La valoración de los componentes de la vacuna como una proteína tóxica no solo refleja una valoración negativa de la misma sino que también difunde un contenido falso. Asimismo, se emplean estrategias de intensificación (por ejemplo, “las consecuencias pueden ser muy graves”) para darle validez al argumento de la vicealcaldesa y demás participantes que se oponen a la vacunación obligatoria en niños y niñas en Costa Rica.

De acuerdo con los criterios de la doctora, la peligrosidad de la vacuna se extiende no solo a los menores de edad sino también a cualquier persona que, al vacunarse, podría quedar infectado con COVID-19 para el resto de su vida, como se expresa en el siguiente fragmento:

“Esa proteína **es sintética, esa proteína no es natural** y eso tiene un problema porque la persona se queda produciendo esto y eso genera daños en el corazón, en los riñones, en las arterias y eso es lo que da las coagulopatías en gran medida eso ayuda mucho a que se depositen inmunocomplejos y se haga una inflamación entonces la persona que se enferme de gripe común puede tener un cuadro de COVID porque esas personas ya quedan así, **quedan teniendo COVID para siempre nunca van a tener otra cosa, entonces siempre que tosan van a tirar la proteína espiga, con las secreciones.** Así quedan las personas, esto es un cambio que no se puede revertir (30:40).

En este fragmento, la estrategia referencial según se califica a la proteína como sintética y no natural apela al *topos* de que lo “natural es mejor” en oposición a los componentes sintéticos de la vacuna que violentan el cuerpo al causar una infección vitalicia por COVID-19.

Figura 2.10 Captura de pantalla



Se hace también un juicio de una situación futura e hipotética (*irrealis*) según la cual las personas vacunadas podrían infectar a otras a través de la tos u otras secreciones corporales, argumento empleado por la misma doctora en otras intervenciones.

A partir de estos resultados es posible identificar que la oposición hacia las vacunas, tanto por su obligatoriedad como por la peligrosidad que se les atribuye, se construye a partir de estrategias discursivas de polarización que antagonizan a los grupos sociales con el gobierno. De esta forma, quienes expresan su oposición a las vacunas se presentan como aliados de la ciudadanía y al gobierno como “enemigo del pueblo”. Por ejemplo, el conductor del programa “Sin Anestesia” expresa que “él es del pueblo” y no oculta su preocupación de que lo que está expresando pueda ser objeto de censura. Estas dinámicas discursivas representan un desafío para la libertad de expresión, especialmente en

contextos de crisis como lo es la emergencia sanitaria actual.

2.4.3 Análisis de la desinformación relacionada con el proceso electoral

En esta categoría aparece como principal actor aludido el TSE al cual se le atribuye un rol activo en supuestas acciones como: aumentar el padrón electoral al contabilizar a las personas fallecidas o solicitar el código QR para ir a votar, tal y como puede verse en la Figura 5.10. En todos los casos, el actor social implícito es la ciudadanía que se vería afectada por estas acciones.

Por otro lado, como puede verse en el siguiente ejemplo, publicado en la plataforma Patricio Villeda, se emplean estrategias de implicatura para insinuar que el TSE no estaría garantizando un proceso electoral transparente:

“YA LES ENCONTRAMOS EL TRUCO, EL TSE TIENE TODO LISTO PARA ENYUCARNOS EN EL 2022. El (TSE) da una cifra inflada sobre “el crecimiento” que tendrá el padrón electoral, con respecto al que se utilizó en las elecciones municipales del 2020 porque el Tribunal contabiliza a personas fallecidas dentro del total de electores habilitados para emitir el sufragio (03/09/2021).

Ese titular, que acompaña la entrada del *blog* en cuestión, se construye a partir de patrones lingüísticos típicos de los contenidos desinformativos, por ejemplo: el uso del nosotros inclusivo para aludir que la voz hablante conoce algo que debe ser develado (el truco del TSE), el uso de mayúsculas y de un disfemismo (“enyucarnos”) como estrategias para captar la atención y, a nivel semántico, transmitir una sensación de alarma.

La voz hablante emite un juicio negativo del TSE y mediante el uso de comillas en “el crecimiento” se introduce una implicatura a

partir de la cual se cuestiona el tamaño del padrón electoral. En esa misma línea, un mensaje que circuló por WhatsApp en la semana del 11 de noviembre del año 2021 aseguraba que si el voto en blanco “ganaba las elecciones por mayoría absoluta” las elecciones deberían repetirse pero con otros candidatos. La iniciativa *No Coma Cuento* desmintió esa afirmación al señalar que se trataba de una disposición del TSE de Colombia. Asimismo, se señaló que ese rumor no es nuevo y que ya había circulado en la contienda de 2018.

Otra cadena de mensajes, también de WhatsApp, que circuló en la semana del 21 de enero se advierte de que la misma empresa encargada del código QR sería la responsable de organizar unas elecciones virtuales ante el aumento de casos producto del relajamiento de las medidas sanitarias.

Los cuestionamientos al TSE son de muy larga data, tal y como lo documenta Román (2021) en un estudio sobre los discursos del fraude electoral en Costa Rica; lo distinto en estos ejemplos es que el cuestionamiento que se hace del Tribunal ocurre antes de que se realicen los comicios y se conozcan los resultados. Es decir, se pone en duda la transparencia del proceso desde sus comienzos con lo cual el discurso de la desinformación se entremezcla con el de las teorías de la conspiración.

En esa misma línea, el movimiento Defendamos Costa Rica publicó, en su canal de Telegram, un mensaje de alerta advirtiendo sobre la manipulación de las elecciones por parte del Partido Acción Ciudadana (PAC):

“ALERTA

Tenemos que estar muy suspicaces con lo que está sucediendo, primero el PAC manipula su elección interna para poner un candidato que no mueve votos (Welmer Ramos), luego el OIJ saca una investigación que viene desde el 2019 justo tres meses antes de las votaciones con esa

movida sacan a Rolando Araya (estaba en 4 lugar), bajan a Figueres y suben a Villalta al tercer lugar, todo está montado para que Villalta vaya a la segunda vuelta, ahí montan otra jugada, Villalta queda presidente se monta el comunismo y una vez en el poder manipulan todo para quedarse para siempre. Esto viene montado desde el Protocolo del Foro de Sao Paulo, así lo hicieron en Bolivia, Ecuador, Nicaragua, Venezuela, Perú y lo van a hacer en Chile en la segunda vuelta. Dividen la oposición y la izquierda sale fortalecida” (Defendamos Costa Rica, 24/11/2021).

Al igual que como ocurre en otros textos desinformativos que también transmiten un tono conspirativo, en este caso se emplea la palabra “Alerta” en mayúsculas como una estrategia de captación que, a su vez, permite transmitir sobre la peligrosidad de la situación hipotética que se describe, en este caso un *complot* del PAC para que las elecciones las gane el FA. Como puede verse, los actores sociales aparecen determinados a través de estrategias referenciales que les describen por sus nombres propios (Welmer Ramos, Rolando Araya, Figueres y Villalta) siendo un actor colectivo (el PAC) el agente que pone a andar una supuesta estrategia para debilitar a los demás candidatos y hacer que Villalta gane las elecciones, es decir, que sea él el beneficiario de la acción.

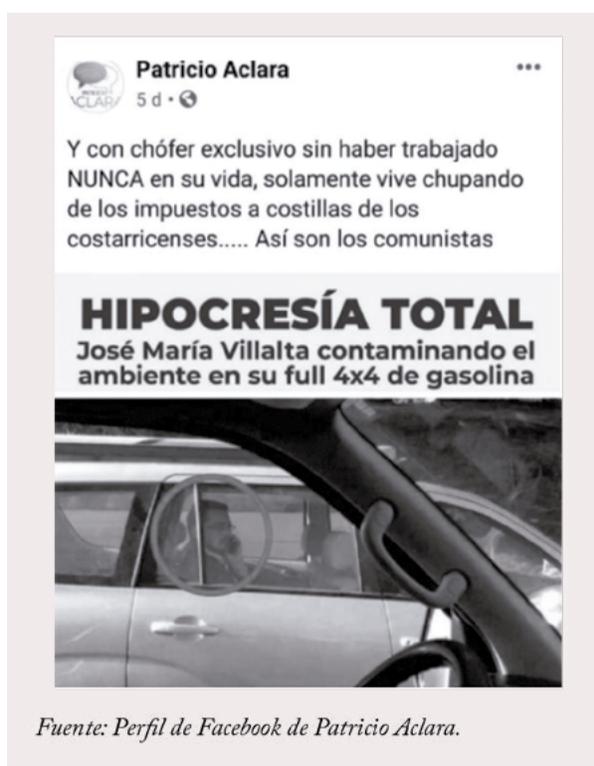
La inclusión de supuestas situaciones similares en otros países en los que han ganado partidos de centro - izquierda le permite a la voz hablante dotar de una aparente validez sus argumentos, los cuales están también atravesados por el *topos* “de la amenaza comunista”, de gran recurrencia en las narrativas electorales nacionales. Como se verá a continuación, esa narrativa también permea los contenidos desinformativos que se difunden sobre las personas candidatas.

2.4.4. Análisis de las desinformación sobre o propagada por personas candidatas

En esta sección se analizan aquellas publicaciones que son desinformativas porque implican una falsedad en torno a una persona candidata a la presidencia o porque alguna de esas personas ha expresado un argumento falaz en un espacio de difusión pública como una entrevista, un debate o en su plan de gobierno.

En el primer caso, lo más común es acusar a la persona candidata de algún acto de corrupción. Tal es el caso de una publicación de la página de Facebook *San José Denuncias* en la cual se argumenta que Lineth Saborío, la candidata del PUSC, fue despedida de su puesto como asesora legislativa para poder así cobrar una liquidación, tal y como puede observarse en un fragmento de la publicación titulada “4 razones para NO VOTAR por Lineth”:

Figura 2.11 Captura de pantalla



“Lineth Saborío debía renunciar a su puesto de asesor en la asamblea legislativa para poder aspirar a la presidencia, pero en cambio fue despedida, con responsabilidad patronal, para que recibiera una liquidación pagada por los impuestos de todos los costarricenses, lo cual es corrupción y es más de lo mismo” (Perfil de San José Denuncias, 2/12/2021).

La proposición “para que recibiera una liquidación pagada por los impuestos de todos los costarricenses” implica una sanción moral de la candidata la cual se refuerza mediante la estrategia referencial que describe esa supuesta acción como “corrupción”. En este caso, Lineth Saborío desempeña un rol de agente cuyas acciones repercuten en “todos los costarricenses” y el argumento se cierra con el topos de “es más de lo mismo” para transmitir una valoración también negativa de la política en general. La acusación fue desmentida por la iniciativa de verificación *No Coma Cuento* mediante registros del Departamento de Recursos Humanos de la Asamblea Legislativa.

En esa misma línea argumentativa, el perfil de Facebook *Patricio Aclara* difundió el 4 de noviembre del año 2021 la publicación que se observa en la Figura 2.11.

La intersemiosis, es decir, la interrelación de los recursos lingüísticos (el texto del *copy*) y los visuales (la imagen de Villalta dentro del vehículo) permiten construir un producto multimodal de gran verosimilitud. El círculo rojo le otorga realce a la foto y le indica a la persona espectadora hacia dónde debe dirigir la mirada al tiempo que sugiere una interpretación.

A través del uso de mayúsculas en la frase “hipocresía total” se emite una valoración negativa del candidato a quién también se le califica de negativamente mediante la estrategia predicativa de “vive chupando de los impuestos a costillas de los costarricenses”. Como puede verse, se emplea la misma construcción semántica que

el caso de Lineth Saborío pues se argumenta que el agente (Villalta) perjudica a “los costarricenses” al usar los impuestos para beneficio personal. La frase “así son los comunistas” no sólo evoca el topos del comunismo sino que también evoca una valoración peyorativa dada la carga semántica que tiene en el contexto nacional. Al respecto, *No Coma Cuento*, en un desmentido publicado el 4 de noviembre de 2021, aclara que la publicación es falsa porque Villalta no tiene registrado a su nombre ningún automóvil con esas características y porque la fotografía fue tomada durante la campaña de 2014.

En el segundo caso, desinformación relacionada con datos falsos o imprecisos emitidos por personas candidatas durante entrevistas o debates, fueron recolectados los siguientes ejemplos. Eliécer Feinzaig argumentó en el programa *No Pasa Nada* del 10 de diciembre de 2021 que la Red Nacional de Cuido y Desarrollo Infantil (REDCUDI) elimina el cuidado si la madre obtiene un trabajo formal con una paga superior al salario mínimo. Sin embargo, la iniciativa *Doble Check* aclaró que la REDCUDI no anula la asistencia a las familias que experimentan una mejoría temporal en su situación económica (10/12/2021).

Welmer Ramos afirmó, en el debate del TSE celebrado el 9 de enero de 2022, que el Partido Acción Ciudadana nunca había sido condenado judicialmente. No obstante, *No Coma Cuento* explicó que en el 2016 el Tribunal Penal de San José condenó al PAC y a dos de sus partidarios por estafar al TSE en el cobro de la deuda política de las elecciones del 2010

Por su parte, José María Villalta señaló, en el debate del TSE celebrado el 12 de enero de 2022, que el tribunal que juzgó a Albino Vargas en diciembre de 2020 por instigación política había calificado la causa como un “juicio de persecución política” y que él se lo había comunicado a Albino Vargas tras la sentencia. Nuevamente la iniciativa *No Coma Cuento* salió al paso para afirmar que la jueza Lorena Blanco Jiménez

nez, al dictaminar sentencia el 9 de diciembre de 2020, rechazó que la causa en cuestión fuera calificada como de “carácter político” cuando dictó (14/01/2022). Asimismo, el dirigente Albino Vargas aclaró, a través de su cuenta de Twitter, que Villalta nunca se comunicó con él durante o después del juicio (12 de enero 2022).

En ese mismo ciclo de debates, el 9 de enero de 2022, Federico Malavassi propuso entregar bonos educativos para que las familias matriculen a sus hijos e hijas en la institución educativa de su elección. Al respecto argumentó: “En Suecia funciona perfectamente, ha sido un éxito. Con menos dinero del que gastamos actualmente”. Sin embargo, de acuerdo con una medición de la OCDE, en 2019 Costa Rica invirtió \$6.624 por alumno mientras que Suiza destinó \$14.931 por estudiante. De forma similar, el 17 de noviembre de 2021 Fabricio Alvarado aseguró, en el debate organizado por el Sindicato de Trabajadores de la Educa-

ción Costarricense (SEC), que Costa Rica invierte en educación “algo similar a Finlandia”. No obstante, *Doble Check* aclaró que los datos de un informe de la OCDE de 2018 indica lo contrario, pues Costa Rica hizo un inversión de \$4.482 por estudiante mientras que Finlandia prácticamente triplicó ese monto al destinar \$12.650 por alumno.

Ambos ejemplos evidencian un acto comunicativo recurrente de las personas candidatas como lo es incluir cifras o datos sin citar fuentes. Asimismo, podría argumentarse que esta y otras imprecisiones pueden deberse al “calor del momento” o a la presión de un debate en vivo. Sin embargo, también fue posible detectar dos casos en los que una persona candidata emitió propaganda engañosa de manera premeditada.

En el primer caso, la formación política de Partido Progreso Social Democrático (PPSD) ha dispuesto una serie de vallas publicitarias y ha entregado panfletos en los que aparece el

Figura 2.12 Captura de pantalla



candidato presidencial, Rodrigo Chaves Robles con Pilar Cisneros Gallo, diputada de ese partido por la provincia de San José. En la Figura 2.12 puede verse una valla ubicada en la provincia de Guanacaste.

Como las vallas están en distintas provincias del país, la inclusión de Cisneros en las fotografías ha sido calificada por algunos diputados y analistas políticos como una estrategia engañosa. Por ejemplo, el diputado del Partido Unión Social Cristiana, Erwin Masís, calificó esta publicidad como un “engaño absoluto contra la población” porque le hace creer a la ciudadanía que en todas las provincias se podría votar por Cisneros, cuando no es así (declaración hecha en la Asamblea Legislativa el 6 de enero de 2022). Cisneros, al ser consultada por el diario *CrHoy* reconoció la estrategia y la justificó aduciendo que muchas personas aún no conocen a Chaves y que ella sí es una figura pública más conocida que el candidato a presidente: “No tiene nada de impropio o engañoso poner mi imagen por todo lado. Diay, si soy la persona conocida, bienvenida, vámonos”. (*CR-Hoy*, 7/01/2022).

En el segundo caso, el 16 de enero de 2022, Fabricio Alvarado, candidato del partido Nueva República, publicó un anuncio en su perfil de redes sociales en el que se comprometía a “luchar contra los aires del comunismo”, enunciado que iba acompañado de imágenes de conflicto social de otros países en las que incluso aparecían cuerpos militares y tomas bélicas acompañadas de la siguiente declaración: “pero el peor final posible para nuestra Costa Rica, más allá incluso del PAC, es darle una sola oportunidad a los comunistas, a la gente de izquierda del Frente Amplio. En las últimas semanas hemos visto cómo José María Villalta, el auto comunista de Costa Rica, creció en las encuestas alimentado de algún remanente de izquierda y de gente del PAC de los últimos años que insisten en llevarnos a la pobreza y a la corrupción...” (0:40-0:56”). La publicación recibió críticas

en redes sociales por la naturaleza engañosa de las imágenes. Esa misma semana, la periodista Lilliana Carranza, en el programa *Café Política* (20/01/2022), le preguntó a Alvarado que si no consideraba que el video era “polarizante”, ante lo cual él respondió que no y agregó: “Yo creo que una campaña política consta de muchos mensajes, Lilliana, y pues dentro de todos los mensajes para nosotros es importante alertar al pueblo de Costa Rica (...); con lo cual tampoco se percibe que el mensaje emitido podría ser engañoso a la hora de yuxtaponer imágenes descontextualizadas y violentas con la campaña en contra del Frente Amplio. Finalmente, cabe destacar que el único candidato que expresa ideas falsas en relación con la pandemia fue Rolando Araya Monge, del partido Costa Rica Justa. En el debate nacional del 11 de enero de 2022, Araya se posicionó en contra de la vacunación obligatoria de niños y niñas contra la COVID-19 calificándola de “un abuso” porque la variante “ómicron es nada más un catarro”.

2.5 Conclusiones

La revisión de la literatura desarrollada en este capítulo demuestra que la desinformación es un fenómeno complejo cuyo análisis demanda la humildad académica para reconocer que no será posible decirlo ni entenderlo *todo* y que para poder decir *algo* es necesario desarrollar estudios multidisciplinares y contextualizados. En ese sentido, este artículo ofrece resultados y análisis para un periodo ya de por sí excepcional de la realidad nacional como lo es la pandemia por COVID-19 y una campaña electoral atípica por la cantidad histórica de personas candidatas a la presidencia, la apatía y el aparente desinterés de la ciudadanía. Lo anterior, aunado a la gran cantidad de indecisos y el hecho de que no hubiera un candidato a vencer (el enemigo común al cual atacar) pueden haber influido en la poca desinformación detectada. Este panorama podría cambiar en una eventual segunda ronda electoral.

Los datos sugieren que, a pesar del contexto electoral, los temas que dominan los contenidos de los discursos desinformativos son la pandemia en general y las vacunas en particular, seguidos de falsedades relacionadas con las elecciones y las personas que aspiran a la presidencia.

Los contenidos desinformativos relacionados con la pandemia se articulan principalmente a partir de teorías de la conspiración que implícitamente vehiculizan un ataque explícito contra el gobierno, como queda evidenciado en mensajes que califican la emergencia sanitaria como una “plandemia”, “PACdemia” o una “dictadura sanitaria por parte del PAC.” Por tanto, los ataques y el contenido desinformativo fueron, sobre todo, contra el gobierno.

Por su parte, la desinformación sobre las vacunas ha atravesado distintas posiciones semánticas: al inicio del periodo de análisis se alertaba sobre la peligrosidad de los efectos secundarios de las vacunas y a partir de noviembre de 2021 las posturas van en contra de su obligatoriedad, en especial, en lo relativo a la vacunación infantil. Los grupos contrarios declaran que “no son antivacunas” sino defensores del derecho de los padres y las madres de familia a decidir sobre los tratamientos médicos que reciben sus hijos e hijas.

A pesar de lo anterior, los datos del estudio del CIEP de noviembre de 2021 sugieren que el tema de la vacunación no tiene un potencial polarizante a nivel de la elección pues el 69% de las personas consultadas dijo estar de acuerdo con su obligatoriedad (CIEP, 3 de noviembre 2021).

Si bien es cierto estos resultados sugieren que los grupos antivacunas no constituyen un vector polarizante, sí es necesario prestar atención a la forma en la que estos grupos se comportan como una comunidad digital cuyos postulados resuenan en la realidad nacional. Tal y como pudo verse en las Figuras 2.3 y 2.5, los seguidores de las páginas y perfiles de Facebook

que suelen publicar contenido tendencioso contra la vacunación han aumentado en un 5,31 % desde el inicio de la campaña electoral.

Tal y como se señaló en la sección de antecedentes, esto podría deberse a que los ciudadanos suelen gravitar hacia grupos aislados con ideas afines lo cual puede aumentar “la intolerancia hacia las ideas políticas” y la polarización (Bishop 2008, citado en Lee, 2019, p. 18). Precisamente, en algunas de esas páginas como *Televisión y Radio RN* y *Defendamos Costa Rica* se “informó” sobre la situación de un niño que estaba “secuestrado” en el Hospital de Heredia y a quién se le iba a aplicar la vacuna contra el COVID-19 “a la fuerza”. Voceros de esas mismas agrupaciones, como Marcos Albertazzi y la Dra. Jimena Campos, junto con la diputada independiente Shirley Díaz, se presentaron el 26 de enero de 2022 en el Hospital San Vicente de Paul en Heredia, para exigir que al niño se le diera de alta. La presencia de este grupo derivó en actos violentos que interrumpieron el funcionamiento normal del hospital y culminó con la detención de seis personas, incluido Marcos Albertazzi, quien debe descontar tres meses de arresto domiciliario. Por tanto, si bien estos grupos podrían no estar incidiendo de forma directa en la intención de voto, no cabe duda de que los enunciados de sus mensajes tienen efectos en el espacio público y en la agenda mediática nacional, lo cual va de la mano con lo señalado por Tsfati et al. (2020) cuando se preguntaban sobre la responsabilidad de los medios tradicionales al informar sobre contenidos desinformativos o, en este caso, actores que los producen.

Ahora bien, ¿cuál ha sido la postura de las personas candidatas en relación con la pandemia y la vacunación? En el primer caso, la pandemia ha estado prácticamente exenta de la narrativa de los candidatos y en el segundo, sólo Rolando Araya Monge se manifestó abiertamente en contra de la vacunación durante el debate organizado por el TSE, al considerar que la variante Ómicron era un resfriado que no

ameritaba la vacunación obligatoria de los niños y las niñas. Sin embargo, al ser consultados directamente por el periódico *La Nación*, solo 7 de los 25 candidatos se manifestaron a favor de la obligatoriedad de la vacuna, estos candidatos son: Lineth Saborío, del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC); José María Figueres, del Partido Liberación Nacional (PLN); Welmer Ramos, del Partido Acción Ciudadana (PAC), Rodolfo Hernández, del Partido Republicano Social Cristiano; Luis Alberto Cordeiro, del Movimiento Libertario (ML); Federico Malavassi, del Partido Unión Liberal (PUL) y José María Villalta Flores-Estrada, del Partido Frente Amplio (FA); aunque estos dos últimos están de acuerdo, pero con matices: Malavassi argumenta que la obligatoriedad de la vacuna sólo debe aplicarse a los empleados del sector público mientras que Villalta sostiene que antes de imponerse la obligatoriedad, las autoridades deben abrir canales de diálogo para evacuar las dudas de las personas que cuestionan la seguridad y efectividad de las vacunas (Chinchilla Cerdas, 2022a, enero 6).

De acuerdo con los datos del CIEP, la vacunación infantil es aceptada por el 73 % de las personas consultadas (CIEP, enero 2022); este alto porcentaje de aceptación podría estar incidiendo en que las personas candidatas rehuyan del tema, pues sería poco estratégico mostrar una posición contraria a la del grueso del electorado. Sin embargo, el movimiento antivacunas sí ha recibido el apoyo de figuras en cargos públicos como la vicealcaldesa de San Carlos y la diputada independiente Shirley Díaz.

Sobre este tema se considera necesario señalar que tanto los candidatos como los grupos que se oponen a la vacunación obligatoria aducen criterios de la libertad y la autonomía que tienen los padres y las madres en la crianza de sus hijos. Esta tensión entre la libertad individual y la salud colectiva tiene también su correspondencia con las posturas que argumentan que bloquear o cerrar las plataformas que difunden

desinformación constituyen formas de censura o una afrenta contra la libertad de expresión.

Por otra parte, los contenidos desinformativos vinculados con las elecciones tuvieron como flanco de ataque al TSE, en concreto, se emitieron contenidos falsos sobre irregularidades en el proceso de votación, tal y como ha sido el caso en procesos electorales en otros países. De acuerdo con lo señalado por la iniciativa *Chequeo*, este tipo de desinformación que cuestiona la institucionalidad, sin llegar a acusar un fraude, es prototípica de la desinformación difundida en contextos electorales (Zoomer, 2021). Tal y como se evidenció en la sección de los resultados, estos cuestionamientos se difunden previa celebración de los comicios, razón por la cual es posible que su contenido se vea modificado tras el anuncio de los resultados el 6 de febrero de 2022.

Precisamente, una de las mayores limitaciones del estudio que se presenta en este capítulo es que el cierre de edición de este Informe no permitió analizar el periodo de campaña completo hasta el día de las elecciones, el 6 de febrero de 2022 y mucho menos la probable campaña que se desarrollará entre los dos candidatos que pasen a balotaje. Como se ha señalado en el texto, en un ambiente electoral que todavía dos semanas antes de las elecciones no había terminado de calentar y provocar el interés de la ciudadanía, los últimos días de la campaña, cuando finalmente algo de ese interés era de esperar que encendiera, es posible que la cantidad de contenido desinformativo que circulara en esos últimos días fuera mayor; como también es previsible que frente a un escenario de segunda vuelta, con dos candidatos (y ya no 25), los ataques y la desinformación se multipliquen, como sucedió en el proceso electoral de 2018.

Otra limitación del presente estudio es que, por el papel que juegan los troles en la difusión y circulación de contenido desinformativo, especialmente en época de campaña electoral,

una investigación sobre el tema no está completa sin el análisis de este factor. Sin embargo, en el caso de este capítulo, no solamente se salía del encuadre propuesto, sino también de las posibilidades materiales de investigar un objeto de estudio tan elusivo como lo son los troles.

A pesar de estas limitaciones, este capítulo logra dar algunas pistas, por lo menos iniciales, que permiten darle respuesta a la pregunta que se hace desde el título: ¿la desinformación va a las urnas? La dificultad para encontrar contenidos desinformativos y el consecuente corpus pequeño que se analizó, parecieran indicar que, por lo menos en el caso de nuestro país durante los casi cuatro meses de campaña electoral de la primera vuelta, estamos ante la presencia de una percepción magnificada de la circulación de las noticias falsas. La realidad es que, al menos lo que llega a los servicios de verificación y lo que circula desde algunos de los canales o cuentas más reconocidas por circular este tipo de contenido, el contenido desinformativo, es relativamente escaso y gira en torno a casos y temáticas puntuales (como la pandemia y la vacunación) y no en torno a graves amenazas al propio proceso electoral o a mentiras desproporcionadas alrededor de candidaturas o sus propuestas, algo que sí se ha visto en otros contextos y procesos electorales (como el estadounidense y el británico de 2016).

Debido a que es altamente probable que el resultado de las elecciones se tenga que resolver en una segunda ronda, aún es prematuro prever cómo se comportará el flujo desinformativo en los meses posteriores a la publicación de este artículo. Sin embargo, los resultados obtenidos mediante este análisis coinciden con estudios previos en los que se indica que desde las elecciones de 2018 en Costa Rica, la producción de propaganda política desinformativa es una “actividad local y humana” en oposición a los bots y a la producción a gran escala que se da en países como Brasil, Colombia y México (Bunse, 2021). Por tanto, los hallazgos confir-

man que esta situación, advertida en elecciones pasadas, se mantiene en la actualidad, al menos hasta nuevo aviso.

Otra pregunta frecuente e importante cuando se analiza el fenómeno de la desinformación es cómo se ve afectada la institucionalidad de cara a la circulación de contenidos falsos. Si bien el enfoque de esta investigación no estaba centrado en el impacto que sufren las instituciones públicas, los hallazgos no apuntan hacia ataques ni cuantiosos, ni sostenidos ni alarmantes, por lo menos para el periodo en estudio. El TSE fue la única institución cuya credibilidad fue atacada, pero no se trató de una campaña fuerte y permanente, sino de algunos ataques esporádicos. Ciertamente, se ataca al gobierno y al PAC, sobre todo a través de contenido desinformativo contra figuras públicas como el presidente Carlos Alvarado; el presidente ejecutivo de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), Román Macaya, o el Ministro de Salud, Daniel Salas. Estos ataques eran personalizados y no tanto dirigidos contra la institucionalidad; por ejemplo, se ataca que el gobierno quiera exigir la vacunación obligatoria en niñas y niños, pero no se ataca la credibilidad de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS).

En el periodo en estudio, la institucionalidad costarricense probablemente se vio más afectada por otras coyunturas (como los escándalos de corrupción, las denuncias de abusos y malos manejos de fondos públicos, el desencanto ciudadano, los mensajes de algunas de las personas candidatas a la presidencia sobre la necesidad de dismantelar el Estado, entre otros) que por los (relativamente pocos) contenidos desinformativos que circularon durante la campaña.

Con esto no se pretende minimizar, ni el fenómeno ni el problema, pero sí se quiere subrayar, como lo han hecho otros autores (Nelson y Taneja, 2018; Tsfati et al., 2020), que en la medida en que se siga magnificando el fenómeno de la desinformación, se podría caer ante

una afrenta contra la libertad de expresión, en el caso de que una de las respuestas llegue a ser la censura y, mientras tanto, ya ha sido documentado que el espectro de la amenaza de las no-

ticias falsas y la desinformación imposibilita el diálogo democrático y crea desconfianza en los actores políticos, en el gobierno y en el propio sistema político. ■

Anexo 2.1 Contenidos desinformativos sobre la pandemia

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
1	6/10/2021	Vacunación obligatoria / desinformación sobre carácter anticonstitucional de la vacuna	Manipulación de contenidos	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Canal de Telegram de Patricio Villeda	Telegram	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/nocomacuentomagistradas-desmienten-participacion/SM22ZPOXSFC5DAENX2RK4TW6I/story?utm_source=whatsapp&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=NoComaCuento
2	14/10/2021	Vacunación obligatoria	Afirmación basada en malinterpretación / Estadísticas falsas sin fuente	Publicación en redes sociales	Catalina Crespo	Facebook	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/catalina-crespo-dice-sin-fundamento-que-800000/KMUNTWTX4RCMTJBYM NIFVYTNFQ/story?utm_source=dvr.it&utm_medium=twitter&utm_campaign=NoComaCuento
3	18/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Manipulación de contenidos usando el logo de Pfizer	Noticia Falsa	Anónimo	Salta Canal Siete		https://canal7salta.com/2021/10/18/internacional-pfizer-ras-trea-a-los-vacunados-a-control-remoto-patente/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
4	21/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Declaración	Dra. Jimena Campos	Reunión facilitada por la Defensora de los Habitantes, Catalina Crespo	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/10/doble-check/vacunados-co-vid-19-no-esparcen-p-roteinas-toxicas/?fbclid=IwAR3oY2HYW4n_wuykRYwoug2ExtG1Kw2uOlU01bFlkcJAf9aV6QySskmpfeY
5	25/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Publicación en redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.facebook.com/photo/?fbid=991141298410077&set=gm.3158481684398456
6	1/11/2021	Efectos dañinos de la vacuna / Vacunación obligatoria	Teorías de la conspiración / antivacunas	Facebook Live	Dra. Jimena Campos Vicealcaldesa de San Carlos	Programa Sin Anestesia / Perfil de Facebook de Villa Quesada TV	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/11/doble-check/vicealcaldesa-san-carlos-promueve-falsedades-de-vacunas-anticovid/?fbclid=IwAR0M6YRla7TkKykAYCn_pJgl-atRxfUMozC9fHKM YkoXTOPC2s1SUKhs
7	5/11/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Entrevista	Jorge Navarro	Programa en NC Once	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/11/doble-check/vaers-estas-dos-unidos-no-prueba-muertes-por-vacunas-anticovid/?fbclid=IwAR3sBisZ4aaYvhwO0Hz9UdEuGjYeIRD5v2m8anNAVyLyaE6MWwZZk-c3Sts

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
8	25/11/2021	Cancelan vacunación obligatoria en EE.UU	Manipulación de contenidos / contenido impostado	Tweet	Robert F. Kennedy (fuente ficticia)	@RWMalo- neMD cuenta de Twitter del médico (suspendida)	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/autoproclamado-inventor-de-vacunas-arn-mensajero/6jXUC52HKNDAF0F3CFBI2IMWWM/story/
9	28/11/2021	Vacunación	Desinformación sobre la vacunación de Carlos Alvarado y Daniel Salas	Publicación en redes sociales	Escorpio (personaje del programa)	Perfil de Facebook <i>El Laboratorio</i> de la radioemisora Vox1055	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/cs-falso-que-el-ministro-daniel-salas-haya-SNITYLF57ZDI3HWPBQ2XFEWQPN/story/
10	11/01/2022	Elecciones / pandemia	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Mujer computarizada	Telegram	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/cs-falso-que-proto-co-lo-sanitario-busquen/4XAFXE7E3ZBY3IVVZWK2CQH2UA/story/
11	31/10/2022	Negación de la pandemia	Teoría de la Conspiración	Publicación en redes sociales		Perfil de Facebook de Demandados Costa Rica		
12	1/11/2021	Vacunación Subtema: vacunación obligatoria, pero sin que autoridades se hayan vacunado	Desinformación sobre la vacunación de Carlos Alvarado (se alega que él no se ha vacunado realmente)	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea		Cadena de Whatsapp		

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
13	12/11/2021	Vacunación	El Dr. Malone, desarrollador de la plataforma ARNm de los inóculos, advierte que se están apresurando para matar a los niños	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Grupo de Telegram de Defendamos Costa Rica - Marco Albertazzi		
14	17/11/2021	Vacunas Subtema Vegetales cultivados con vacuna COVID	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Canal de Telegram de Defendamos Costa Rica		
15	16/11/2021	Vacunación Subtema: Contagio	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Grupo de Telegram de Defendamos CR	<i>Ojo Público</i>	
16	17/11/2021	Vacunación Subtema: Contagio de vacunados	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR en Telegram	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA
17	24/11/2021	Vacuna Subtema Efectos adversos	Desinformación Subtema	Texto en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR en Telegram	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA
18	25/11/2021	Vacunación Subtema: Efectos adversos	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
19	10/12/2021	Teoría de la Conspiración: Farmacéutica GlaxoSmithKline (GSK) sería dueña Pfizer y del Instituto de Virología de Wuhan	Manipulación de contenidos	Audiovisual	Publicación que circula en redes sociales	Varios	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-laboratorio-de-wuhan-y-pfizer/WHS5AYKT6RE M7AEQRARSZ4PS KM/story/
20	14/01/2022	Vacunación Subtema: Efectos adversos en niña	Manipulación de contenidos	Publicación en redes sociales	Padres de la niña	Perfil de Facebook de Costa Rica por la Libertad	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/antivacunas-manipulan-caso-de-nina-que-sufrio/JAHUN5A BJB2RPMEG4GCF FWX74/story/
21	20/12/2021	Vacunación: Efectos secundarios de las vacunas en niños	Impostación de identidad	Video publicado en redes sociales	Robert Malone, autorproclamado inventor de la vacuna de ARNmensajero	Facebook, Twitter y Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/autorproclamado-inventor-de-vacunas-arn-mensajero/6JXUC52 HKNDAF0F3CFBI 2IMWWM/story/
22	17/01/2022	Vacunación Subtema: Efectos adversos	Desinformación sobre muerte asociada a la vacuna experimental	Publicación en redes sociales	Tweet de Agenda 2023	Perfil de Facebook de CR 506		https://twitter.com/agenda2030_/status/1483027371003453440?s=21&fbclid=IwAR0iykzGmQJLm09g4_vBbVVRGRYJo3o5TcFvN7l-4vcZ8E W3xe37Wmqf8E4

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
23	20/01/2022	Falsa hospitalización de Daniel Salas por secuelas del COVID-19	Desinformación	Publicación en redes sociales	Anónimo	Perfil de la página de Facebook Eres un PAClovercillo	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-daniel-salas-este-hospitalizado-por/OYQOLPHX2NAQFC66TGVM7NR7NU/story/

Anexo 2.2 Contenidos desinformativos sobre las elecciones

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
24	05/11/2021	Elecciones (2022) la elección de diputados que se puede convertir en un infierno para el TSE y la democracia)	Datos erróneos sobre las elecciones (el medio afirma que un solo partido podría obtener todas las curules de una provincia).	Noticia	El Mundo CR	Portal de noticias	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/11/doble-check/el-mundo-cr-explificacion-imaginada-eleccion-diputaciones/
25	11/11/2021	Elecciones	Desinformación sobre el voto en blanco, se implica que las elecciones se repetirían si gana el voto en blanco	Texto en aplicación de mensajería instantánea	Anónima	Cadena de Whatsapp basada en una resolución del TSE de Colombia	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/eleccion-no-se-repetiran-si-gana-el-voto-en/YK6232QMIBC BP GD46UA65714VU/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
26	11/11/2021	Elecciones	Desinformación sobre venta del A y A.	Noticia falsa	LBN News	Portal de noticias, replicado por Albino Vargas mediante un Facebook Live de la ANEP.	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/albino-var-gas-cae-en-montaje-y-difunde-noticia/L7HOBVVUJ5HTVA7DPGEBRSNWSU/s?utm_source=whatsapp&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=NoComaCuento
27	24/11/2021	Elecciones	Teoría de Conspiración sobre estrategia del PAC para hacer ganar a la izquierda	Texto en aplicación de mensajería instantánea		Canal de Telegram de Defendamos Costa Rica Defendamos Costa Rica	<i>No Coma Cuento</i>	
28	22/12/2021	Elecciones	Desinformación sobre la solicitud del código QR para ir a votar en la segunda ronda.	Texto en aplicación de mensajería instantánea y redes sociales	Perfil de Augusto Vega	Publicación difundida en Facebook y WhatsApp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-mentira-que-se-va-ya-a-exigir-codigo-qr-para/I5CIFX7WZNCDPBKYLID2TPBBI/story/
29	11/01/2022	Elecciones	Desinformación sobre abstención mismo forzado a raíz de la aplicación de un protocolo sanitario demasiaDo largo por parte del TSE	Video viral difundido a través de aplicaciones de mensajería instantánea	Anónimo	Publicación difundida en Facebook y WhatsApp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-proto-co-lo-sanitario-busque-un/4XAFXE7E3ZBY3IVVZWK2CQH2UA/story/

Anexo 2.3 Contenidos desinformativos emitidos por y sobre personas candidatas

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
30	4/11/2021	Corrupción	Implicatura sobre José María Villalta (doble moral por tener automóvil 4 x 4)	Publicación de redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de <i>Patricio Aclara</i>	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/jose-maria-villalta-no-tiene-un-vehiculo-4x4-ni-un/YL7QGKT3IVEELGKXUNK6PF5UE/story/
31	17/11/2021	Educación	Dato impreciso sobre el gasto público en educación en Costa Rica	Declaración	Fabrizio Alvarado	Debate organizado por el Sindicato de Trabajadores de la Educación Costarricense (SEC)	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/12/doble-check/falso-costa-rica-y-finlandia-no-invierten-lo-mismo-en-educacion-como-dijo-fabrizio-alvarado/
32	2/12/2021	Corrupción	Desinformación sobre Lineth Saborío	Publicación de redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de <i>San José Denuncia</i>	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/lineth-saborio-no-contrato-liquidacion-al-renunciar/XW6GUJJUDJERVODWF3HSWHMGM4/story/
33	10/12/2021	Beneficios sociales	Dato erróneo sobre REDCUDI	Declaración	Eli Feinzaig	Entrevista en el programa <i>No Pasa Nada</i>	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/12/doble-check/red-cuidado-no-puede-excluir-familias-por-obtener-empleo-el-i-feinzaig/?fbclid=IwAR1aDeNB2QwLPD5sytroD-OfbYZ9oyDnKcP6XLFN3h5HQP-rgh09BiWWjvA

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
34	10/01/2022	Educación	Dato impreciso sobre el gasto público en educación en Costa Rica	Declaración en el debate nacional del TSE	Federico Malavassi, candidato del Partido Unión Liberal	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/federico-malavassi-pi-fia-en-debate-al-decir-que/PGIRE5M5ZZAF5C5WR5H2JGAZCI/story/
35	11/01/2022	Pandemia	Información falsa sobre la pandemia	Declaración de Rolando Araya en contra de la vacunación por considerar ómicron como una simple gripe	Rolando Araya Monge, candidato del Partido Justa Rica	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/debate-tse-rolando-araya-dice-que-no-se-debe/6AINC13XEREUVLJICBQKI3SBFQ/story/
36	12/01/2022	Procesos judiciales	José María Villata afirma que el juicio contra Albino Vargas fue declarado como “juicio político”	Declaración	José María Villata, candidato del Partido Frente Amplio	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/albino-vargas-desmienten-a-jose-maria-villata/XKKGHNTZ5RHMNNBLYEHGY4RHKM/story/
37	10/01/2022	Anticorrupción	Declaración falsa sobre condena contra el PAC	Debate nacional del TSE	Intervención de Welmer Ramos en el debate del TSE	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/contrala-realidad-welmer-ramos-niega-que-el-pac/gygIBVOU6JL3PGKZ45OE2CI7A/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
38	6/01/2022	Campaña política	Propaganda engañosa	Anuncios / vallas publicitarias	Diputado Erwen Masís del PUSC hace la denuncia y Pilar Cisneros le responde en el Facebook de Rodrigo Chaves	Vallas publicitarias y panfletos	<i>Erwen Masís, No Coma Cuento No Caiiga</i>	https://www.crhoy.com/nacional/les/pusc-denuncia-engano-absolutode-ppsd-con-imag-en-de-pilar-cisneros/ https://www.facebook.com/111753561282933/videos/2411278345679762/
39	16/01/2022	Campaña política	Propaganda engañosa contra José María Villalta	Anuncio	Perfil de Fabricio Alvarado	Facebook		https://www.facebook.com/FabricioAlvaradoCostaRica/videos/340906804330010/
40	18/01/2022	Campaña política	Afirmación falsa (Fabricio Alvarado da dato erróneo sobre el tren eléctrico al afirmar que beneficiaría solo a 5000 personas).	Debate político del CFIA y entrevista en Café Política de Canal 7	Fabricio Alvarado	Televisión y Facebook	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/fabricio-alvarado-usa-dato-falso-paradesacreditar/AV7VQKV3YFEUZG3D6EB5GAJNNM/story/
41	06/12/2021	Venta de activos nacionales en la bolsa de Valores	Contenido fabricado sobre la venta de parques nacionales por parte del Gobierno	Noticia falsa	Anónima	El Conservador CR	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-los-parques-nacionales-de-costa-rica/KJUH6RXRE5G7NGJOYYIO3T2I2Q/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
42	14/12/2021	Citas falsas para vacuna	Estafa a través de robo de datos personales.	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Anónimo	Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/estan-estafando-con-citas-falsas-para-tercera-CMOFRKV6QNDCTAOW66COGMOJY/story/
43	21/02/2022	Falsos cobros de impuestos municipales.	Estafa a través de robo de datos personales.	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Anónimo	Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/timadores-estafan-con-falsa-plataforma-de-cobros/XK52Z32WRJGDZGJXHUEJQFTIH4/story/