





LAS TROPAS CIBERNÉTICAS Y LA MANIPULACIÓN POLÍTICA EN LÍNEA EN COSTA RICA

Simone Bunse

RESUMEN

Este artículo analiza la manipulación en línea en Costa Rica desde el 2018. Plantea cuatro preguntas clave: ¿Qué forma organizativa adoptan las tropas cibernéticas en Costa Rica? ¿Qué estrategias y herramientas utilizan para difundir información falsa en línea? ¿Qué sabemos sobre su capacidad y sus recursos? y ¿Qué acciones han tomado los actores públicos y privados para frenar esta actividad en el país? El análisis se basa en una revisión extensa de la cobertura de noticias y en entrevistas. Concluye que las redes sociales en Costa Rica se han convertido en una importante herramienta de campaña política. Si bien no existe un “armamento sistemático de las redes sociales” para influir las elecciones, numerosos partidos políticos, sindicatos y ciudadanos han descubierto el potencial de las redes sociales para realizar campañas políticas. Igual que en otros países, en Costa Rica particularmente los partidos religiosos, grupos ultraconservadores y populistas de la derecha han sido frecuentemente vinculados a noticias falsas y el reclutamiento de trolls en Facebook y Twitter. Pero, la producción y divulgación de propaganda política en Costa Rica sigue siendo una actividad humana doméstica y casera. Ni el TSE ni las iniciativas privadas han encontrado intentos automatizados sofisticados o imágenes manipuladas profesionalmente para engañar a los votantes. Desde el 2018, los intentos de desinformación se han centrado en temas políticos y sociales polémicos locales. Aprovechando la polarización existente, los temas clave incluyen la corrupción, las reformas gubernamentales, la inmigración, así como el aborto y el matrimonio entre personas del mismo sexo.

Palabras Claves: tropas cibernéticas; propaganda política; medios sociales; manipulación; troll.

ABSTRACT

This article analyses social media manipulation in Costa Rica since 2018. It asks four key questions: What organizational form do cyber troops in Costa Rica take? What strategies and tools do they use to spread false information online? What do we know about the capacity and resources invested in political online manipulation? And what responses have public and private actors taken to stem cyber troop activity in the country? The analysis relies on an extensive review of news coverage and interviews. It concludes that social media in Costa Rica has become an important strategic political campaign tool. While there is no systematic “weaponization of social media” to engineer election results, numerous political parties, trade unions as well as individual citizens have discovered the potential of social media for political campaigning. As in other countries, particularly religious parties, ultraconservative groups, and populists on the right have frequently been directly linked to fake news and the

Senior Fellow de LEAD University e investigadora de Stockholm International Peace Research Institute.

Un agradecimiento especial a cuatro entrevistados anónimos por compartir su conocimiento, a dos revisores expertos por sus comentarios críticos, así como al Comité Editorial de LEAD University por la retroalimentación.

recruitment of trolls and harassment on Facebook and Twitter. But the production and divulgation of political propaganda in Costa Rica is still homemade and home-grown human activity. Neither the election tribunal (TSE), nor private initiatives have found any sophisticated automated attempts or professionally manipulated imaging to mislead voters. Since the 2018 election, disinformation attempts have focused on contentious local social and political topics. Exploiting existing polarization, key themes include corruption, government reforms, immigration, as well as abortion and marriage equality.

Key words: cyber troops; political propaganda; social media; manipulation; troll.

INTRODUCCIÓN

Costa Rica es una de las democracias más estables de América Latina. Tiene un sistema político multipartidista, realiza elecciones cada 4 años y sus medios de comunicación son libres e independientes. Siendo un país pequeño de ingresos medios con una población de 5 millones de personas, tiene un nivel muy alto de penetración de Internet (74% en enero de 2020) con un 73% de la población que usa activamente las redes sociales (Kemp, 2020). En comparación, el nivel de penetración de internet de Colombia es de alrededor del 62%, el de Brasil el 67% y de México un poco menos del 66%.

El uso de las redes sociales para fines de campaña electoral se hizo visible por primera vez en 2010 en Costa Rica. Sin embargo, todavía estaba en su infancia. Los partidos políticos no tenían amplias bases de datos de usuarios¹ y la cantidad de usuarios de Facebook acababa de comenzar a crecer (Estadísticas Globales, 2009). No fue hasta las elecciones de 2014 que los candidatos presidenciales y los partidos políticos integraron a los medios sociales de manera más prominente en su comunicación electoral. Aún así, la mayoría de los candidatos carecían de estrategias organizadas de campañas virtuales (Cruz Romero, 2015). De los 5 principales partidos contendientes (Partido Liberación Nacional (PLN), la Unión Social Cristiana (PUSC), Partido Acción Ciudadana (PAC), Movimiento Libertario (ML), y el Frente Amplio (FA)), sólo dos (PLN y el PAC) tenían estrategias de campaña en línea en 2014 (Cruz Romero, 2015).

El PAC es un partido más nuevo, mayoritariamente urbano. Su base de usuarios de las redes sociales había crecido naturalmente a partir de su audiencia políticamente activa mucho más joven que ya estaba en las redes sociales. El PLN, a su vez, es un partido tradicional mucho más antiguo con una base más envejecida y conservadora que tardó en adoptar las redes sociales². Por lo tanto, el partido tuvo que crecer de una manera un poco artificial y organizar sus usuarios para posicionar su agenda en las redes sociales. Sus torpes esfuerzos fueron notados con desdén durante los debates presidenciales de 2014, cuando el partido encargó a algunos de sus miembros que comentaran en las plataformas de redes sociales para apoyar a su candidato y criticar a sus oponentes³.

En 2016, los periodistas de Bloomberg revelaron (Robertson, Riley y Willis, 2016) que el hacker colombiano encarcelado, Andrés Sepúlveda, había investigado a la oposición en Costa Rica a principios del 2013. El candidato presidencial de PLN, Johnny Araya, admitió haber tenido contactos con Juan José Rendón, el estratega político para quien Sepúlveda afirmó trabajar desde Miami. Sin embargo, Araya negó haber contratado a su firma o a alguno de sus asociados durante la campaña electoral (Cambronero, 2016). Como resultado de estas revelaciones, el partido de izquierda marxista de Costa Rica, FA, cuyo candidato presidencial José María Villalta lideraba las encuestas en diciembre de 2013 y terminó las elecciones en febrero 2014 en tercer lugar, acusó al PLN de ciberespionaje y solicitó al tribunal electoral del país, TSE, que abriera una investigación. El TSE lo hizo en 2016, pero archivó el caso en 2018 por falta de pruebas⁴. En este caso, no fue necesaria la siniestra actividad de las tropas cibernéticas para dañar la credibilidad de Villalta⁵. Alarmada por las encuestas, la comunidad empresarial de Costa Rica se organizó abiertamente bajo el nombre de “Alianza Costa Rica” para hacer campaña contra Villalta. Distribuyó material impreso a empresas que presentaba sus políticas como una amenaza para la comunidad empresarial, el empleo y la democracia de Costa Rica (Agüero, 2014).

¹ Entrevista, realizada el 24.6.2020.

² Entrevista, realizada el 24.6.2020.

³ Entrevista, realizada el 24.6.2020.

⁴ TSE DFPP-EE-RA-001/2018. El TSE no encontró ningún gasto de campaña del PLN vinculado a Sepúlveda o un contrato.

⁵ Entrevista, realizada el 25.6.2020.

Sin embargo, para 2018, las redes sociales no solo se habían convertido en una importante plataforma estratégica que se “utilizó para lanzar ataques y difundir información falsa” durante la campaña electoral (OEA, 2018), sino también para oponerse a las reformas del gobierno entrante. Este estudio de caso hace un balance de la actividad de las “tropas cibernéticas” en Costa Rica desde 2018. Siguiendo la definición de Bradshaw y Howard (2017, 2018), las “tropas cibernéticas” son “actores gubernamentales o de partidos políticos encargados de manipular la opinión pública en línea”. El artículo plantea cuatro preguntas clave: ¿Qué forma organizativa adoptan las tropas cibernéticas en Costa Rica? ¿Qué estrategias y herramientas utilizan para difundir información falsa en línea? ¿Qué sabemos sobre la capacidad y los recursos invertidos en la manipulación política en línea? y ¿Qué acciones han tomado los actores públicos y privados para frenar la actividad de las tropas cibernéticas en el país? El artículo es el primero de su tipo sobre este tema⁶. Se basa en una revisión extensa de la cobertura de noticias y en entrevistas. Dada la falta de trabajos académicos sobre este tema hasta la fecha, es necesariamente de naturaleza descriptiva.

Las tropas cibernéticas en Costa Rica son de origen local. Varios partidos políticos, organizaciones de la sociedad civil e individuos se han visto implicados en la difusión deliberada de desinformación durante las campañas electorales, siguiendo un discurso populista antisistema o una línea homofóbica y xenófoba. Pero hasta ahora, no han tenido el nivel de sofisticación que se ha visto en Brasil, México o Colombia. Las vías más utilizadas para compartir desinformación durante la campaña electoral del 2018 fueron Facebook y Twitter. Si bien los trolls humanos son visibles en ambas plataformas, el uso de bots automatizados, cyborgs, cuentas pirateadas o robadas, o el tipo de publicidad micro-dirigida que se observó durante el escándalo de Cambridge Analytica sigue siendo muy limitado⁷. Los miembros del parlamento y las campañas electorales emplean personal o empresas cuyas responsabilidades incluyen la investigación de la oposición, las encuestas y la comunicación digital, pero cualquier actividad de las tropas

cibernéticas ha sido más bien desarticulada en Costa Rica. Hasta hace poco, las formas más comunes de desinformar intencionalmente al público durante las campañas electorales, incitar al conflicto social y contribuir a un alto grado de polarización en el país han sido la publicación de información falsa o encuestas no representativas en sitios web de noticias cuestionables. Estos contenidos son posteriormente compartidos por políticos o actores políticos en las redes sociales. A veces, los principales medios de comunicación recogen tales noticias y rumores. Otras veces, los políticos se aprovechan de información falsa generada por grupos de la sociedad civil o individuos y la comparten a través de las redes sociales entre sus seguidores⁸.

Más recientemente, los intentos de desinformación por parte de actores políticos se están trasladando al sistema de mensajería personal WhatsApp. Esto es alarmante porque hace mucho más difícil descubrir campañas sistemáticas de desinformación política. A pesar de los organismos de control creados por el gobierno y por actores privados, así como los esfuerzos del TSE para frenar la desinformación sistemática, el pequeño tamaño del país, su alta penetración de Internet y el uso de las redes sociales, combinados con los débiles sistemas institucionales de ciberseguridad, una baja conciencia de los riesgos de privacidad y el analfabetismo digital generalizado crean un terreno fértil para la “profesionalización” de la actividad de las tropas cibernéticas antes de las elecciones de 2022.

LA ACTIVIDAD DE LAS TROPAS CIBERNÉTICAS EN COSTA RICA: UN RESUMEN GENERAL

Forma organizativa

La actividad de las tropas cibernéticas en Costa Rica es de origen nacional. Varios políticos y partidos políticos han estado implicados en la actividad de las tropas cibernéticas. Durante las campañas electorales, los partidos políticos y sus candidatos presidenciales contratan a estrategias y agencias de mercadeo digital nacionales o extranjeros para administrar la retórica de su campaña en línea. La actividad de las tropas

⁶ El Instituto de Internet de Oxford publicó una versión anterior de este artículo como parte de su Inventario Global de Manipulación Organizada de Redes Sociales.

⁷ Entrevista, realizada el 23.6.2020.

⁸ Entrevista, realizada el 22.6.2020.

cibernéticas se hizo particularmente visible durante la campaña electoral de 2018, pero continuó en feroz oposición a las reformas fiscales, del servicio civil del gobierno entrante, y al matrimonio entre personas del mismo sexo. Las tropas cibernéticas también han involucrado a organizaciones y líderes de la sociedad civil. No se encontró evidencia de agencias gubernamentales involucradas. El siguiente análisis proporciona ejemplos clave de cómo estos diferentes actores han tratado de engañar a los ciudadanos costarricenses.

Partidos políticos y sus candidatos presidenciales

Los intentos más visibles de manipular la opinión pública a través de las redes sociales han sido perseguidos por políticos conservadores de partidos que aún no han ocupado el poder ejecutivo en Costa Rica: el Partido de Integración Nacional (PIN) de la derecha populista, así como la derecha religiosa que abarca al Partido Restauración Nacional (PRN) y el partido Nueva República (NR) –escindido del PRN.

El candidato presidencial del PIN y exministro de seguridad pública, Juan Diego Castro, un ávido usuario de Facebook, Twitter y YouTube, fue apodado por un autor como el "Trump de los trópicos" (Grosser, 2018) debido a su discurso populista, apariciones en los medios y ataques a la integridad del proceso electoral de Costa Rica en las redes sociales⁹. Lo anterior incluyó compartir numerosos mensajes, fotos y videos engañosos a través de Facebook y Twitter en los que afirmaba que había presentado cargos legales contra el TSE, porque supuestamente estaba permitiendo el fraude electoral (Madrigal, 2017). Una de sus falsas teorías de conspiración ampliamente compartidas involucraba un quid pro quo entre el PLN y el presidente del TSE, el magistrado Luis Antonio Sobrado, para asegurar que el candidato presidencial del PLN, Antonio Alvarez Desantí, ganara las elecciones y permitir que su campaña fuera financiada con dinero de la droga hondureña. A cambio, supuestamente, el PLN pasaría una reforma en el parlamento que otorgaría a Sobrado

una pensión de lujo mensual de más de US\$17.000 (Chinchilla Cerdas y Oviedo, 2018). Si bien la reforma de las pensiones estaba en marcha en el parlamento, no contenía tal disposición¹⁰. El TSE tampoco recibió ninguna queja legal sobre el financiamiento ilegal de campañas del PLN, como afirmó Castro¹¹.

El PRN y el NR representan a la comunidad evangélica de Costa Rica, pero también han atraído a votantes católicos conservadores¹². El PRN saltó a la fama por su oposición al matrimonio entre personas del mismo sexo, que dominó la campaña electoral de 2018 luego de la emisión de una opinión emitida por la Corte Interamericana de Derechos Humanos en noviembre de 2017 y publicada en enero de 2018 (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2017). En ella se declaró que todos los derechos otorgados a las parejas heterosexuales deberían extenderse a las parejas homosexuales. Esto provocó una mayor agresión en la retórica de la campaña y un debate político muy polarizado que “[eclipsó] toda discusión sobre los programas de gobierno de los partidos en su conjunto”¹³.

El caso más destacado de actividad de las tropas cibernéticas vinculado al candidato presidencial del PRN Fabricio Alvarado, a su jefe de campaña, Juan Carlos Campos, y a la consultora política privada Opol Consultores, fue la publicación de seis encuestas no representativas antes de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en el medio de comunicación de Opol, *elmundo.cr*. Buscando influir en la segunda vuelta de la votación, las encuestas habían sido encargadas por la campaña del PRN y posicionaron a Fabricio Alvarado consistentemente entre 10 y 15 puntos por arriba de su contendor (Cambronero, 2018). Alvarado y el PRN compartieron ampliamente estas encuestas en Facebook y enviaron audios y videos de los resultados de la encuesta a la prensa costarricense dando la impresión de que se trataba de encuestas independientes de una empresa de encuestas no partidista.

La publicación de una séptima encuesta fue interrumpida, ya que Opol se quejó de las amenazas de los

⁹ Juan Diego Castro no es el único que ha atacado al TSE a lo largo de los años. Si bien la confianza general del público en el Tribunal Electoral de Costa Rica se ha mantenido alta, cayó del 59,4% en 2006 (Latinobarómetro, 2006) al 46,4% en 2017 (Latinobarómetro, 2017) antes de recuperarse al 56% en 2018 (Latinobarómetro, 2018).

¹⁰ De hecho, la reforma pretendía reducir el gasto público.

¹¹ Juan Diego Castro lideró una encuesta realizada por la Universidad de Costa Rica en diciembre de 2017, pero ocupó el quinto lugar en las elecciones de febrero de 2018.

¹² Además, en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales es de presumir que parte de quienes votaron por el PRN lo hicieron por oposición al PAC.

¹³ OEA (2018).

partidarios del PAC que cuestionaban la independencia de la empresa. Un mes después de las elecciones, Opol reveló el vínculo entre las encuestas engañosas y Fabricio Alvarado al TSE, porque el PRN se negó a pagar una factura de US\$31.200 por los sondeos. El caso desató un debate en el país sobre reformar sus leyes electorales para garantizar la transparencia del origen y financiamiento de las encuestas¹⁴.

Un segundo escándalo vinculado a la campaña electoral del PRN involucró la obtención de acceso a 3,9 millones de teléfonos móviles (44% de todas las líneas móviles activas en Costa Rica) con fines de propaganda política antes de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales. El partido obtuvo ilegalmente datos privados de 2,5 millones de votantes (76% de todos los votantes elegibles en el país) en este proceso (Arias Retana, 2019). Una investigación del principal diario de Costa Rica, *La Nación*, estableció que el PRN envió 6,4 millones de mensajes de texto entre el 14 y el 24 de marzo con 12 anuncios de campaña diferentes (Arias Retana, 2019) según la edad, el sexo y el lugar de votación, sin el consentimiento legal requerido por los destinatarios. La mayor actividad se registró el día de un debate presidencial televisado, cuando el PRN envió 2 millones de mensajes (Arias Retana, 2019). Según registros del TSE, el servicio de US\$230.000 fue prestado por ADD Integral Solution¹⁵ quien, a su vez, subcontrató a Tecnologías SMS del Este. El PRN pagó otros US\$35.000 a ADD Integral Solution para un análisis del mercado de votantes (Arias Retana, 2019). Si bien este incidente involucró anuncios políticos, todos los mensajes dirigieron a los votantes a la página de Facebook de Fabricio Alvarado, que contenía las cuestionables encuestas mencionadas anteriormente. Este incidente muestra que los partidos políticos han ignorado los requisitos legales existentes en sus esfuerzos de publicidad digital. También lo han hecho las empresas que tienen prohibido vender bases de datos privadas en Costa Rica.

La actividad de las tropas cibernéticas en Costa Rica ha sido más alta en los períodos electorales y la mayoría de las noticias falsas durante la campaña

de 2018 se centraron en la corrupción y la religión (Hidalgo, 2019). El fenómeno no se detuvo después de las elecciones. Ha seguido polarizando a la opinión pública sobre cuestiones de diversidad e inclusión, al tiempo que se ha centrado en boicotear las reformas gubernamentales y en impulsar un discurso antiinmigración.

Uno de los casos más investigados fue directamente vinculado al partido RN, que fue fundado por Fabricio Alvarado luego de separarse del PRN en octubre de 2018. RN (aunque no oficialmente reconocida como tal por el Parlamento de Costa Rica) tiene actualmente 6 representantes en la legislatura. Estos 6 representantes se separaron del PRN para unirse al nuevo partido de Fabricio Alvarado, RN. Entre ellos se encuentra Jonathan Prendas, cuyo hermano, Francisco Prendas, se convirtió en presidente del partido. El escándalo se refería a la falsa afirmación publicada en la página web *diariolacarta.com* (propiedad de la firma de comunicación OBS de Francisco Prendas y fundada en mayo de 2019) de que el gobierno subiría el IVA del 13% al 16% en julio de 2019 (Sequeira y Chinchilla Cerdas, 2019).

Posteriormente, los dos hermanos Prendas y Fabricio Alvarado compartieron el enlace a la noticia falsa a través de sus plataformas de redes sociales, desde donde fue transmitida más de 1.100 veces por sus seguidores (Cerdas, Sequeira y Oviedo, 2019). Su afirmación, aunque identificada como falsa por el Ministerio de Hacienda de Costa Rica y el gobierno, fue explosiva. Llegó en un momento en el que el país estaba paralizado por las huelgas relacionadas con la implementación de las reformas tributarias que el parlamento costarricense había aprobado en diciembre de 2018 para ayudar a abordar una profunda crisis fiscal. El caso desató un feroz debate parlamentario sobre los efectos desestabilizadores de las noticias falsas en la democracia de Costa Rica y la participación de los partidos políticos en la difusión de ellas. Jonathan Prendas se defendió acusando al gobierno de atacar a su naciente organización de medios y argumentando que otros partidos políticos estaban haciendo lo mismo.

¹⁴ Las encuestas preelectorales son importantes en Costa Rica por dos razones. Primero, la cantidad de financiamiento estatal que reciben los partidos políticos después de las elecciones depende de sus resultados electorales. Esto significa que los bancos deciden cuánto dinero prestar a una campaña y cuánto interés cobrarles en función de las encuestas preelectorales. En segundo lugar, en función de los resultados de las encuestas, los medios deciden a quién invitar a los debates televisados. Los problemas de equidad que esto crea han sido destacados reiteradamente por las misiones de observación electoral de la OEA.

¹⁵ El fundador de ADD es un ex tesorero del PRN (Luis Diego Garro Sánchez) y su directora general (Alejandra Brenes Rodríguez) es una excandidata al parlamento del PRN.

Organizaciones e individuos de la sociedad civil

Algunas organizaciones civiles, así como algunos ciudadanos individuales, se unieron a la campaña de desinformación en torno a los esfuerzos de reforma del país, particularmente en torno a temas fiscales y regulación del empleo público. Albino Vargas, secretario general de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP) también compartió la noticia falsa del Diario la Carta a través de Twitter para movilizar a su base para hacer huelga contra el gobierno¹⁶. Vargas animó aún más a los estudiantes de secundaria sobre afirmaciones falsas relacionadas, por ejemplo, con temas de diversidad e inclusión y educación dual, que también fueron difundidas a través de Facebook por la Asociación Nacional de Educadores (ANDE)¹⁷. El líder estudiantil que organizó a los estudiantes de secundaria a través de Facebook para sumarse a las huelgas y protestas fue un ex pasante de Jonathan Prendas (Cerdas, 2019). Las huelgas provocaron el cierre de más de 100 escuelas secundarias y contribuyeron decisivamente a la renuncia del ministro de Educación, Edgar Mora. Mora tuvo que renunciar, entre otras cosas, por la información falsa generalizada de que el gobierno reemplazaría los baños separados para niñas y niños en las escuelas por baños comunes neutrales en cuanto al género y crearía un "día de la diversidad" que, según se afirmó, promovería las relaciones homosexuales entre niños, así como por la afirmación incorrecta de que el nuevo programa de educación dual del gobierno obligaría a los estudiantes a trabajar para empresas sin paga ni seguro médico. El incidente muestra cómo los políticos y algunos grupos organizados han utilizado el analfabetismo digital de los ciudadanos para promover sus objetivos políticos mediante la difusión deliberada de desinformación. De manera alarmante, una encuesta realizada por la Universidad de Costa Rica concluyó que 2 de cada 10 costarricenses admiten compartir noticias falsas a través de las redes sociales o WhatsApp a pesar de que pensaban que la información era falsa (CIEP 2019).

Otro grupo que con frecuencia ha difundido información falsa deliberadamente para manipular la opinión pública en línea es un grupo xenófobo con una red de 6 a 8 páginas de Facebook diferentes¹⁸ que publican información similar aproximadamente al mismo tiempo¹⁹. En agosto de 2018, luego de una gran afluencia de migrantes nicaragüenses, el grupo colocó una serie de afirmaciones falsas relacionadas con los inmigrantes nicaragüenses en sus sitios de redes sociales durante la misma semana (Artavia, 2018)²⁰. Las imágenes y mensajes también circularon por WhatsApp desencadenando una violenta manifestación antiinmigración en el Parque de la Merced, tradicional punto de encuentro de nicaragüenses en el Centro de San José. De los 400 manifestantes, 44 fueron detenidos (Artavia y Solis, 2018 y Tico Times, 12018). Esta agresión sin precedentes contra los nicaragüenses en Costa Rica dio lugar a un discurso presidencial televisado a nivel nacional en el que se pidió la calma y una sesión especial en la Asamblea Legislativa durante la cual el ejecutivo explicó cómo estaba lidiando con los refugiados nicaragüenses. Posteriormente, una asesora legislativa de la diputada del PRN Carmen Chan utilizó el incidente para compartir videos y audios xenófobos de la manifestación en la página de Facebook del legislador "Costa Rica Unida" y criticar la política migratoria del gobierno (Alfaro, 2018). Otro político aprovechó el incidente para abogar por la reforma de la política actual de extender la ciudadanía costarricense a los niños nacidos en Costa Rica de padres nicaragüenses.

Desde el incidente del Parque de la Merced, el número de cuentas de Facebook tanto xenófobas como homófobas ha crecido aún más en Costa Rica y tienen alrededor de 165.000 seguidores combinados (Robles, 2019 y Loaiza, 2019).

Contratistas privados

Los partidos políticos en Costa Rica no solo han trabajado con agencias de mercadeo y realización de encuestas de opinión, sino también con empresas

¹⁶ Tiene estrechos vínculos con el partido Frente Amplio, que también se opuso enérgicamente a las reformas fiscales y del servicio civil del gobierno.

¹⁷ Ver, por ejemplo Bolaños (2019).

¹⁸ Uno de ellos se llama "Liberales Costa Rica". Otro grupo se autodenominó "Resistencia Costarricense".

¹⁹ Entrevistas, realizadas el 25.6.2020 y el 26.4.2020.

²⁰ Estos incluyeron noticias falsas y visuales que decían que los nicaragüenses estaban quemando banderas de Costa Rica, que 1000 agentes militares nicaragüenses habían invadido el país, que los nicaragüenses estaban recibiendo becas completas de la Universidad de Costa Rica, que el gobierno había emitido un decreto para apoyar económicamente a las mujeres trans nicaragüenses y cubrir su seguro médico y que Nicaragua había puesto en libertad a 400 violadores y 350 asesinos con la condición de trasladarse a Costa Rica (Artavia, 2018 y Tico Times, 2018).

CUADRO 1. FORMA ORGANIZATIVA Y PREVALENCIA DE LA MANIPULACIÓN DE REDES SOCIALES EN COSTA RICA

Inicialmente Reportado	Agencias Gubernamentales	Políticos y Partidos	Contratistas Privados	Organizaciones de la Sociedad Civil	Ciudadanos e Influyentes
2014, pero mucho más prevalente desde la campaña electoral del 2018	No se encontró evidencia.	Partido Integración Nacional (PIN); Partido Restauración Nacional (PRN); Nueva República (NR)	Opol Consultores (elmundo.cr); ADD Integral Solution; Tecnologías SMS del Este; Grupo Comunicaciones OBS; Soluciones Digitales; OW Marketing Agency	Evidencia Encontrada (particularmente sindicatos o asociaciones nacionales)	Evidencia Encontrada (activistas individuales)

Fuente: Evaluaciones de la autora basadas en datos recopilados cubriendo el período de las últimas elecciones en Costa Rica (mitad del 2017) hasta inicios del 2020.

privadas cuyos servicios incluyen el desarrollo de trolls. Algunos de los casos conocidos involucran a “Soluciones Digitales” y “OW Marketing Agency”. El jefe de Marketing de OW, Iván Barrantes, fue asesor de campaña digital del presidente Luis Guillermo Solís cuando el PAC ganó las elecciones por primera vez en 2014. Le pagaron alrededor de US\$190.000 (111 millones de colones) por sus servicios.²¹ Cómo continuó trabajando ad honorem para el presidente Solís mientras mantuvo a sus clientes privados, provocó un escándalo y renunció a su cargo de asesor presidencial especial. Desde entonces ha trabajado para varios otros partidos o candidatos presidenciales en Guatemala y Costa Rica (incluyendo el PLN, ML y PRN) durante las elecciones nacionales y municipales. Firme creyente en el “marketing político” (Murillo, 2015), su énfasis más reciente parece ser el trabajo de oposición²².

En resumen, varios partidos políticos, sindicatos y otras organizaciones de la sociedad civil, así como actores privados, han estado implicados en la difusión deliberada de desinformación durante y después de las elecciones siguiendo un discurso populista antisistema o líneas homofóbicas y xenófobas. El desarrollo de la derecha religiosa representada por el PRN y NR, así como Juan Diego Castro, han contribuido visiblemente a este fenómeno y a un discurso público cada vez más tóxico²³. Desde 2014, empresas o estrategias privadas de marketing digital han sido contratados durante las elecciones para “desarrollar historias” y “colocar ideas” (Chinchilla Cerdas, 2018). El cuadro 1 resume la forma organizativa y la prevalencia de la manipulación de las redes sociales en Costa Rica.

Estrategias, herramientas y técnicas

Las tropas cibernéticas en Costa Rica se han basado en diferentes herramientas y tácticas para manipular las discusiones públicas sobre política en línea. Como se ve en los ejemplos anteriores, algunos políticos o las personas asociadas con ellos no han tenido reparos en publicar afirmaciones falsas o teorías de conspiración en sus propias plataformas de redes sociales como parte de sus estrategias de comunicación política y para movilizar su base. Otras veces han utilizado medios de comunicación privados cuestionables para dar una impresión de independencia y credibilidad a las falsedades que desean divulgar. Las fuentes de medios digitales que en numerosas ocasiones han sido acusadas públicamente de falta de independencia y que han mezclado noticias reales con falsas han incluido, entre otras, *Diario La Carta*, *Noti Costa Rica*, *Noti Goico*, *Noticias Pococí*, *El Mundo Costa Rica*, *El Cantor Político*, *Guana Noticias* y *El Guardián*. Activistas políticos o particulares también han difundido noticias falsas que pretenden ser de la BBC o la prensa local a través de cuentas personales de Facebook, grupos anónimos de Facebook o WhatsApp.

Los legisladores costarricenses emplean asesores parlamentarios que administran sus comunicaciones digitales. Estos han incluido exageraciones u otras formas de imágenes engañosas para apoyar su causa. Usando imágenes de rifles automáticos y semiautomáticos, Carolina Hidalgo, entonces presidenta de la legislatura de Costa Rica del PAC, por ejemplo, tuiteó información engañosa en febrero de 2019 sobre una moción adoptada en el Comité de Seguridad Pública

²¹ Véase, por ejemplo, Chinchilla Cerdas (2018).

²² Entrevistas, realizadas el 22.6.2020 y el 24.6.2020.

²³ Entrevistas, realizadas el 23.6.2020 y el 24.6.2020. En la fase preelectoral, el TSE destacó varias veces que el uso de elementos de la religión como herramientas en la propaganda política está prohibido por la Constitución y el Código Electoral de Costa Rica. Emitió una medida cautelar contra el partido PRN en marzo de 2018 en razón de ello (ver OEA, 2018).

de la Asamblea Legislativa que modificaba las reformas gubernamentales propuestas para el reglamento de las armas de alto calibre del país (Chinchilla, 2019). La imagen y el tuit dieron la impresión de que llevar armas automáticas ya no estaría prohibido en Costa Rica luego de la aprobación de la moción, a lo que ella se opuso; sin embargo, la posesión de rifles automáticos sigue prohibida. Protegiendo el estatus quo, la comisión parlamentaria rechazó en cambio la incorporación de nuevas prohibiciones legales relacionadas con la posesión de rifles semiautomáticos, que está permitida por la legislación actual (Mora, 2019).

En ocasiones se han detectado cuentas y seguidores falsos, pero la mayoría de las cuentas son humanas en lugar de automatizadas. Un entrevistado dijo:

“Siempre hay humanos detrás de los trolls, hay muy poca automatización en Costa Rica. Hasta ahora el problema es hecho a mano y hay mucho espacio para sistematizar.”²⁴

Los trolls humanos están particularmente activos en Twitter en Costa Rica. Las estrategias destacadas incluyen intentos de difamación y acoso, ataques al gobierno y la promoción del malestar social. Como dijo un entrevistado, en Twitter “se está librando una guerra entre grupos progresistas y un ejército de trolls religiosos”²⁵. Otro entrevistado argumentó:

“La verdadera división no es necesariamente la religión, sino que tiene que ver con los derechos humanos y los temas sociales. El aborto es un buen ejemplo. Incluso si los grupos de activistas no tienen la oportunidad de llegar a ninguna parte en términos de un cambio en las políticas, utilizan las redes sociales para alimentar y movilizar a su base para recordarles de qué se trata.”²⁶

Los trolls también han estado activos en Facebook. Un conocido periodista, locutor de radio y *youtuber* independiente costarricense se quejó en febrero de 2018 frente a sus 55.000 seguidores sobre un ataque de intimidación de trolls por parte de la campaña de Fabricio Alvarado después de que publicara un artículo de

opinión en apoyo de los derechos de los homosexuales. El ataque de un troll provocó que Facebook congelara su cuenta durante 24 horas²⁷. Los partidarios de Alvarado, a su vez, han acusado al gobierno de espiar y atacar sus redes sociales. Un exasesor parlamentario del legislador Harllan Hoepelman del PRN (ahora PR) se quejó ante la Sala Constitucional de Costa Rica en febrero de 2020 de que, por medio de trolls, la controvertida ex Unidad de Análisis de Datos Presidenciales (UPAD) del gobierno informó y bloqueó sus páginas de redes sociales. Tanto los partidos políticos como el gobierno niegan apoyar a los trolls en línea. El Ministerio Público está investigando estos casos, pero hasta el momento sin resultados concretos ni una acusación formal.

En resumen, los ataques a Twitter y Facebook en Costa Rica, comparativamente hablando, han carecido del nivel de sofisticación visto en otros lugares. Hasta ahora, el TSE no ha detectado redes activas de bots de Twitter que se implementan antes o durante una elección para moldear o afectar la imagen de un candidato²⁸. Un entrevistado mencionó:

“Si hay algún intento de bots, lo hacen mal en Costa Rica. Por ejemplo, en un caso, 10 cuentas enviaron exactamente el mismo texto, por lo que se pueden identificar fácilmente. Tales intentos son desconectados. En teoría, los bots podrían tener un impacto mucho mayor, pero eso no necesariamente es cierto para países pequeños, como Costa Rica. Aquí la política es local, por lo que, si se difunden mentiras, por ejemplo, sobre inmigrantes, esto se propaga rápida y ampliamente por WhatsApp sin el uso de bots.”²⁹

De manera similar, en Costa Rica aún no se han generado sofisticados “deepfakes” en los que una persona en una imagen o video existente es reemplazada por otra para manipular el contenido con fines de propaganda política. En cambio, los activistas políticos generalmente han utilizado imágenes existentes de otros lugares, lo que facilita su identificación como falsa. En abril de 2020, por ejemplo, una imagen falsa de migrantes supuestamente nicaragüenses que ingresan a Costa Rica a

²⁴ Entrevista, realizada el 24.6.2020.

²⁵ Entrevista, realizada el 24.6.2020.

²⁶ Entrevista, realizada el 25.6.2020.

²⁷ Véase René Montiel, 27.2.2018 (disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=8bs1Qa2w-DQ&list=LLJBadPz5nWr8yaWwinTq5Fw&index=113>).

²⁸ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

²⁹ Entrevista, realizada el 25.6.2020.

través de la localidad fronteriza Boca Tapada se compartió ampliamente en Facebook y WhatsApp. En realidad, la foto mostraba a un grupo de migrantes centroamericanos cruzando el río Suchiate para llegar de Guatemala a México de camino a Estados Unidos. Había sido publicado por la AFP unos meses antes. La Nación ha identificado numerosos ejemplos similares.

Finalmente, el uso sistemático de “influencers” en las redes sociales (pagadas o no) por partidos u otros actores políticos para amplificar sus mensajes, no ha sido frecuente en las elecciones costarricenses hasta la fecha.

Plataformas de redes sociales

Facebook es, por mucho, el líder de todas las plataformas de redes sociales en Costa Rica para cualquier actividad de tropas cibernéticas. Las encuestas realizadas desde las elecciones de 2014 han demostrado que el 70% de los votantes utilizaron Facebook para informarse (CIEP, 2014). En mayo de 2020, la cantidad de usuarios activos de Facebook era de alrededor del 68% en comparación con Pinterest (18%) y YouTube (10%) (Estadísticas globales, 2020). Twitter e Instagram se quedan atrás con menos del 2% (Estadísticas globales 2020). Aunque el público en general usa Facebook en lugar de Twitter, los políticos y activistas políticos costarricenses tienen cuentas de Twitter. Un entrevistado explicó que los activistas confían en Twitter para hacer que sus problemas sean constantemente el centro de atención, de modo que los líderes políticos no los perciban como discusiones marginales:

“A pesar del bajo uso de Twitter, la repetición vale la pena para generar la percepción que tienen los políticos de que esto no es un debate marginal pero un debate social real.”³⁰

Más recientemente, los intentos de los actores políticos de desinformar deliberadamente se están trasladando a WhatsApp e incluyen mensajes de voz y memes.³¹ WhatsApp es utilizado por el 83% de la población (Latinobarómetro, 2018). Según una investigación de La Nación, el 76% de las noticias falsas detectadas durante las elecciones de 2018 se distribuyeron a través de Facebook, el 10% apareció en Facebook y WhatsApp, el 8% solo se compartió a través de WhatsApp y el 6% en Twitter (Hidalgo, 2019). A julio de 2019, más de la mitad de todas las noticias falsas identificadas por La Nación circulaban por WhatsApp (Arias Retana, 2019).

Para frenar la difusión de información falsa, WhatsApp ha respondido con numerosas revisiones de sus políticas. Hasta 2018, los usuarios de WhatsApp habían podido reenviar un mensaje a 250 grupos a la vez. Dada la rápida difusión de noticias falsas en las comunicaciones personales, esto se redujo posteriormente a 20. En 2019, WhatsApp ajustó aún más estos límites, inicialmente a 5 y en abril de 2020, la compañía anunció que los usuarios que reciban un mensaje reenviado con frecuencia solo podrían para compartirlo en un chat a la vez (Hern, 2020). El efecto de tales políticas en Costa Rica aún está por verse. Un entrevistado mencionó:

“WhatsApp es un sistema de mensajería privado, no una red social. Es privado y cifrado. Por lo tanto, el fenómeno de las noticias falsas de WhatsApp es una amenaza que solo puede detenerse con una mayor alfabetización digital”³².

El cuadro 2 resume las estrategias, herramientas y técnicas de manipulación de redes sociales observadas en Costa Rica.

CUADRO 2.: ESTRATEGIAS, HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE MANIPULACIÓN DE REDES SOCIALES OBSERVADAS EN COSTA RICA

Tipos de Cuenta	Mensajería y Valence	Estrategias de contenido y comunicación	Plataformas
Humano	Estrategias de polarización que incluyen ataques a reformas gubernamentales, inmigración, diversidad e inclusión, valores religiosos / derechos humanos / cuestiones sociales, Trolling y acoso, intentos de difamación / acusaciones de corrupción	Páginas de Facebook, sitios web de desinformación / información errónea, incluidos sitios web de noticias vinculados a partidos políticos, memes, fotos o imágenes engañosas de otros lugares	Facebook, WhatsApp, Twitter

Fuente: Evaluaciones de la autora basadas en datos recopilados (mediados del 2017 hasta mediados del 2020).

³⁰ Entrevista, realizada el 25.6.2020.

³¹ Entrevistas, realizadas el 23.6.2020, 24.6.2020 y 25.6.2020.

³² Entrevista, realizada el 26.6.2020.

Capacidad organizativa y recursos

La capacidad de las tropas cibernéticas en Costa Rica es baja en comparación con otros países de América Latina, tales como Brasil, México o Colombia. Las actividades de los políticos o sus agentes políticos todavía están en su mayoría descoordinadas y se basan en cuentas y trolls humanos. Dado que el país no tiene ejército y carece de experiencia con el tipo de operaciones de inteligencia militar que se ven en otros países latinoamericanos, su bajo nivel de sofisticación actual no es sorprendente.

Durante los períodos electorales, los partidos políticos tienen pequeños equipos que trabajan en su comunicación digital, que luego se reducen de tamaño. Como dijo un entrevistado:

“Hay poco dinero para esas campañas [de tropas cibernéticas] entre elecciones; ellas surgen de manera más sistemática durante las campañas electorales”³³.

Los datos públicos sobre la cantidad de recursos gastados en marketing digital, minería de datos y capacidad de tropas cibernéticas son casi inexistentes. Esto tiene, en parte, que ver con el hecho de que ni las agencias de marketing digital ni los investigadores contratados de forma privada durante las campañas electorales necesitan registrarse en el TSE. Solo las empresas que realizan encuestas destinadas a ser publicadas durante las elecciones y los medios de comunicación que aceptan dinero para publicidad política deben registrarse antes de una fecha límite determinada en el TSE. Sin embargo, las agencias de marketing digital se encuentran actualmente fuera de la legislación operando bajo “un velo de opacidad”, como se lamentó un

entrevistado³⁴. Además, mientras que el TSE analiza el gasto en marketing, los costos para desarrollar trolls, por ejemplo, están ocultos en la categoría de marketing digital. Por tanto, es difícil aislar los recursos gastados en propaganda política por las tropas cibernéticas.

Pero los escándalos descritos anteriormente revelan algunos de los recursos gastados en desarrollar contenido manipulado. Incluyen los US\$31.200 que el PRN le debía a Opol por las encuestas no representativas, US\$230.000 pagados por publicidad digital y US\$35.000 por un análisis del mercado de votantes para ADD Integral Solutions. Pero se desconocen los montos pagados por cualquier actividad de trolling por empresas como Soluciones Digitales o OW Marketing Agency.

Según Iván Barrantes, las tarifas de estrategia de comunicación ascienden a US\$50.000 mensuales en Costa Rica (Cambroner, 2014). De los US\$190.000 que le pagaron durante las elecciones de 2014, casi US\$130.000 (75 millones de colones) fue un bono por ganar (Chinchilla Cerdas, 2018 y Cambroner, 2014). Tales montos palidecen hasta ser insignificantes en comparación con el presupuesto de US\$600.000 que Andrés Sepúlveda tenía a su disposición solo para actividades de las tropas cibernéticas durante la campaña electoral del ex-presidente mexicano Enrique Peña Nieto (Robertson, Riley y Willis, 2016). El cuadro 3 resume la poca información que hay sobre la capacidad de las tropas cibernéticas en Costa Rica.

Respuestas gubernamentales y privadas

Se han emprendido varios proyectos públicos y privados para detener la diseminación de la desinformación en línea en Costa Rica. Estos incluyen iniciativas del TSE para proteger la integridad del proceso electoral,

CUADRO 3. CAPACIDAD DE TROPAS CIBERNÉTICAS EN COSTA RICA

Tamaño del equipo	Recursos gastados (USD)	Niveles de Actividad	Coordinación	Medida de Capacidad
Pequeño	US\$31.200 para encuestas no representativas de Opol; Publicidad digital de US\$230.000 pagada a ADD Integral Solution; US\$35.000 para AGREGAR una solución integral para un análisis del mercado de votantes; Contratos con Soluciones Digitales, Agencia de Marketing OW, OBS por montos desconocidos.	Principalmente alrededor de los períodos electorales, con cierta continuidad después	Baja	Baja

Fuente: Evaluaciones de la autora basadas en datos recopilados (mediados del 2017 hasta mediados del 2020).

³³ Entrevista, realizada el 22.6.2019

³⁴ Entrevista, realizada el 26.6.2019

así como proyectos de verificación de hechos del gobierno, la UCR, el diario digital CrHoy.com y La Nación. Cada uno se describe brevemente a continuación.

Iniciativas del TSE

El TSE ha optado por combatir las campañas de desinformación a través de la educación y la comunicación, en vez de seguir un enfoque punitivo. Su estrategia se basa en tres pilares principales: a) la alfabetización digital; b) comunicación; y c) pronta reacción a las campañas de desinformación³⁵.

El programa de alfabetización digital está a cargo del Instituto de Formación y Estudio de la Democracia (IFED) del TSE³⁶, que desde 2019 ha colaborado con Facebook y Twitter. Comenzó como un proyecto piloto antes de las elecciones municipales de 2020, con el fin de evaluarlo y mejorarlo antes de las elecciones generales de 2022. Facebook facilitó el contenido de los talleres de alfabetización digital y capacitó a funcionarios del TSE como instructores. Dada la preocupación del TSE por la difusión de noticias falsas y para fortalecer aún más el módulo desarrollado por Facebook, el TSE colaboró con la iniciativa “Double Check” (ver más abajo) de la UCR, que brindó una sesión de capacitación adicional sobre la detección de noticias falsas en Costa Rica a funcionarios del TSE. Como resultado, una población diversa de aproximadamente 750-760 personas recibió capacitación en alfabetización digital en todo el país³⁷. Algunos talleres se llevaron a cabo con un público meta, incluidos políticos locales, líderes municipales y líderes políticos juveniles. Otros estaban abiertos al público. En un acuerdo similar, Twitter impartió tres seminarios diferentes a gerentes municipales, partidos políticos y medios de comunicación sobre cómo identificar la desinformación y la propaganda.

El segundo pilar de la estrategia del TSE consistió en mejorar la comunicación por medio de entrevistas y videos que desmienten mitos electorales comunes y explican los procesos electorales a los periodistas, especialmente los procesos electorales municipales. El

programa implicó trabajar con directores de los principales medios de comunicación y formadores de opinión. Según un entrevistado:

“El objetivo era evitar que las noticias falsas se volvieran virales. Desarrollar una relación y un canal de comunicación abierto con los medios fue importante para garantizar que cuando se descubre material dudoso, hagan preguntas críticas y llamen al TSE para verificar antes de contribuir a que las noticias falsas se vuelvan virales. De esta manera, el TSE quería ahorrarse muchos problemas.”³⁸

El tercer pilar de la respuesta del TSE a las campañas de desinformación ha sido la reacción rápida. Su acuerdo con Facebook incluyó un canal abierto para eliminar contenido que podría amenazar la integridad del proceso electoral municipal de 2020. Para lograrlo, los jueces electorales primero tendrían que emitir una resolución aportando pruebas para justificar su decisión. Posteriormente, el TSE podría llamar a un número de Facebook para solicitar que se elimine el contenido.³⁹ La disposición solo se utilizaría en situaciones extremas cuando el orden público o el derecho fundamental al voto se vean amenazados por noticias falsas o manipulación organizada de las redes sociales. Este no fue el caso durante las elecciones municipales de 2020, por tanto, el mecanismo no se ha utilizado hasta la fecha. Facebook acordó además compartir con el TSE la información sobre quién gastó qué cantidades en publicidad de campaña electoral. Sin embargo, en la práctica esto solo es posible si el anuncio está etiquetado como publicidad de campaña electoral. Un entrevistado admitió que:

“Es poco probable que cualquier actividad sinies- tra o campaña de información falsa deliberada sea etiquetada como publicidad de campaña electoral, y tampoco es probable que un partido político la pague directamente.”⁴⁰

Facebook ofreció tres productos adicionales al TSE de Costa Rica antes de las elecciones municipales. El

³⁵ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

³⁶ El IFED fue creado en 2009 para promover los valores democráticos, la participación ciudadana y la cultura cívica en los agentes electorales, los partidos políticos y la ciudadanía en general.

³⁷ El objetivo inicial era 1000 (Chinchilla Cerdas, 2019).

³⁸ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

³⁹ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

⁴⁰ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

día de las elecciones, los votantes al abrir su página de Facebook: a) fueron alertados de que se estaban llevando a cabo las elecciones, b) recibieron automáticamente un enlace al TSE informándoles dónde podían votar; y c) podría compartir que votaron, con el fin de incentivar la participación. La idea para las elecciones generales de 2022 es tener un acuerdo similar con Facebook.⁴¹

Un cuarto pilar de la estrategia del TSE no se concretó. El TSE esperaba crear una alianza de verificación de hechos entre todos los principales medios de comunicación a nivel nacional con la ayuda de Facebook. La idea era que cada empresa de noticias asignara a dos de sus periodistas a un equipo general de verificación de datos durante el proceso electoral y publicara los hallazgos de la unidad en todos los medios de comunicación participantes. La unidad mantendría la propiedad del proceso editorial mientras disfrutaba del apoyo simbólico del TSE. Posteriormente, Facebook notificaría a sus usuarios de la noticia falsa. Dada la rivalidad entre los esfuerzos individuales existentes de verificación de hechos, esta iniciativa no logró despegar. Los esfuerzos de verificación incluyen el programa “El Gobierno Aclara” (Gobierno Aclara), el programa “Doble Check” de la UCR, la iniciativa de Crhoy.com “No Caiga”, así como el “No Coma Cuenta” de La Nación, explicados a continuación.

Iniciativas del Ejecutivo

El sitio web “El Gobierno Aclara”, que operó del 31 de julio de 2019 al 7 de Junio 2020, fue la respuesta directa del gobierno a la afirmación incorrecta de que el IVA aumentaría en un 3%. La plataforma fue administrada por el Ministerio de Comunicación y se enfocó principalmente en contenido anónimo que circuló en las redes sociales en lugar de información producida por los medios. El público podía seguir a “Gobierno Aclara” a través de la página web, Facebook, Twitter y WhatsApp (Zuñiga, 2019). De los 18 ítems identificados como falsos y publicados por el gobierno (ver cuadro 4) que estuvieron circulando en redes sociales o vía WhatsApp entre el 31 de julio de 2019 y el 7 de junio de 2020, seis tenían que ver con el estado de bienestar, alegando falsamente que los ciudadanos costarricenses perderían algunos de sus beneficios sociales actuales (en una ocasión se dijo que los perderían a favor de los inmigrantes), tres tenían que ver con la crisis del coronavirus o desastres naturales,

dos estaban relacionados con las reformas fiscales y la liquidez del país, otros dos eran falsos respaldos gubernamentales de bitcoin y algunos otros se referían a noticias falsas sobre el presidente, la primera dama, los salarios del gobierno, el ministerio de educación y las regulaciones de transporte. 15 de 18 eran noticias falsas negativas sobre el gobierno.

CUADRO 4. RESUMEN DE NOTICIAS FALSAS ANÓNIMAS EN REDES SOCIALES IDENTIFICADAS POR EL GOBIERNO DE COSTA RICA (JULIO DE 2019-7 DE JUNIO DE 2020)

Tema	No. de Ítems	Tipo
Estado de Bienestar / Prestación de Servicios Sociales	6	negativo
Coronavirus	3	negativo
Reforma Fiscal y Liquidez del Gobierno	2	negativo
Bitcoin	2	Respaldo positivo
Primera Dama	1	Respaldo positivo
Ministerio de Educación/Política de Educación	1	negativo
Salarios del Sector Público	1	negativo
Regulación de Transporte	1	negativo
Presidente	1	negativo
Total	18	

Fuente: Resumen del autor en base a archivo disponible en <https://aclaraciones.presidencia.go.cr/>.

Iniciativas privadas

“Doble Check” comenzó en octubre de 2018 para contrastar noticias y detectar declaraciones falsas, engañosas o verdades a medias en el discurso político y en los medios de comunicación de Costa Rica. Está financiado por la Oficina de Difusión e Información de la UCR y cuenta con el apoyo de la Radio y Televisión Universitaria (Canal 15), así como del periódico “Semanao Universidad”. Desde febrero de 2020, “Costa Rica Noticias”, el principal noticiero de la televisión pública presenta contribuciones semanales de “Doble Check”. La iniciativa recibió el Premio Nacional de Periodismo Pío Víquez 2019 otorgado por el Ministerio de Cultura de Costa Rica. De 128 artículos que circularon en las redes sociales y fueron identificados como completamente falsos (en lugar de engañosos) por los editores entre el 1 de octubre de 2018

⁴¹ Entrevista, realizada el 26.6.2020.

y el 5 de julio de 2020, 22 eran mentiras relacionadas con el coronavirus, seguidas de 14 piezas de desinformación sobre el gasto de gobierno y salarios del sector público. Otros 14 artículos eran propaganda contra el sistema político y 11 artículos eran noticias falsas relacionadas con la inmigración y contenido xenófobo. Los ataques a las políticas de salud del gobierno también se presentaron en 11 ocasiones. Se identificaron 10 casos de información falsa relacionada con los impuestos y la reforma fiscal del gobierno liderado por el PAC. Otras 8 piezas estaban relacionadas con las huelgas del 2018 y el ataque al Ministro de Educación, así como con noticias falsas sobre sus políticas. El aborto apareció 7 veces, al igual que las noticias falsas relacionadas con la economía. Otros 5 artículos publicados por “Doble Check” dentro de este plazo se referían a desinformación sobre la situación de seguridad o armamento del país. La propaganda progubernamental apareció solo dos veces, al igual que las elecciones. Finalmente, siete noticias falsas cubrieron otros temas. La fuente de al menos 17 de estos elementos fueron legisladores actuales. Estos resultados se resumen en el cuadro 5.

Del mismo modo, el proyecto “No Caiga” se inició tras las elecciones de 2018 para contrarrestar los impactos del contenido falso que circula en Internet. Fue desarrollado por el influyente sitio web de noticias crhoy.com, propiedad del banquero y exministro de Finanzas Leonel Baruch.

La única iniciativa de verificación de datos que monitoreó las redes sociales durante las elecciones fue el proyecto “No Coma Cuento” de La Nación, que comenzó en enero de 2018⁴². Se invitó a 42 lectores a enviar historias para ser verificadas por La Nación, que posteriormente publicó ejemplos de afirmaciones falsas en su edición en línea (BBC Monitoring, 2018). Dado el éxito del proyecto, continuó después de las elecciones. Durante su primer año de funcionamiento, desacreditó 209 ítems (Mora, 2019), de los cuales 63 estaban circulando durante la elección (Hidalgo, 2019) y 51 estaban relacionados con la reforma fiscal (Arias Retana, 2019). Como tal, el 54% de todas las noticias falsas estaban relacionadas con dos temas: las elecciones generales y los intentos de reforma fiscal del gobierno entrante (Arias Retana, 2019).

CUADRO 5. RESUMEN DE LA INFORMACIÓN COMPARTIDA EN LAS REDES SOCIALES IDENTIFICADA COMO COMPLETAMENTE FALSA POR “VERIFICACIÓN DOBLE” ENTRE EL 1 DE OCTUBRE DE 2018 Y EL 5 DE JULIO DE 2020

Tema	No. de Ítems	Tipo
Coronavirus	22	Positivo y negativo
Gastos del Gobierno y Sueldos del Sector Público	14	negativo
Anti-establecimiento / Anti-gobierno	14	negativo
Inmigración/ Xenofobia	11	negativo
Políticas de Salud Pública	11	negativo
Reforma Fiscal e Impuestos	10	negativo
Huelgas	8	negativo
Ministerio de Educación/Política de Educación	8	negativo
Aborto	7	negativo
Economía/Pobreza/Deuda	7	negativo
Otros	7	positivo y negativo
Seguridad/Armas/Crimen	5	negativo
Primera Dama / Propaganda Progubernamental	2	Respaldo positivo
Elecciones	2	negativo
Total	128	

Fuente: Resumen de la autora basado en el archivo disponible en <https://doblecheck.cr/>. Solo se incluyeron los artículos marcados con una “X” como falsos, no los artículos que se identificaron como verdades a medias.

Pero el impacto general de las iniciativas de verificación de información es controversial. Algunas investigaciones (Smith y Mansted, 2020; Chesney y Keats, 2018) sugieren que dan una visibilidad aún mayor a las noticias falsas o incluso pueden legitimarlas en medios respetados. Además, la detección de noticias falsas tampoco aborda el problema de desconfianza en las instituciones por parte de los votantes.

CONCLUSIÓN: ¿DE LA ACTIVIDAD HUMANA AUTÓCTONA A LA PROGRESIVA PROFESIONALIZACIÓN?

Las redes sociales en Costa Rica se han convertido en una importante herramienta de campaña política estratégica. Si bien no existe un “armamento sistemático de las redes sociales” para influir los resultados de las

⁴² El periódico El Financiero, también propiedad de La Nación, fue pionero en la verificación de datos en Costa Rica durante las elecciones de 2014 con su iniciativa “Rete al Candidato”.

elecciones, numerosos partidos políticos, sindicatos y ciudadanos individuales han descubierto el potencial de las redes sociales para realizar campañas políticas, a partir del escándalo de Cambridge Analytica⁴³ en los Estados Unidos.

La propagación deliberada de desinformación durante y después de las elecciones se ha vuelto particularmente visible desde 2018 cuando los partidos religiosos consolidaron su presencia en el panorama político de Costa Rica. Tanto el PRN como el NR han sido frecuentemente vinculados directamente a noticias falsas, la publicación de encuestas de opinión no representativas, y el reclutamiento de trolls y el acoso en Facebook y Twitter. En este sentido, Costa Rica se ajusta al patrón más general. En casi todos los países, la extrema derecha, los grupos ultraconservadores o los líderes populistas son los que han sido identificados como principales usuarios de las herramientas digitales de propaganda política, muy por encima de los populistas de la izquierda o políticos del centro (Howard, 2020).

La producción y divulgación de propaganda política en Costa Rica sigue siendo una actividad humana doméstica y casera. Ni el TSE ni las iniciativas privadas han encontrado ningún intento automatizado

sofisticado o imágenes manipuladas profesionalmente para engañar a los votantes. Desde las elecciones de 2018, los intentos de desinformación se han centrado en temas políticos y sociales polémicos locales. Aprovechando la polarización existente, los temas clave incluyen la corrupción, las reformas gubernamentales, la inmigración, así como el aborto y el matrimonio entre personas del mismo sexo.

Si bien Facebook y Twitter siguen siendo las plataformas más destacadas para compartir desinformación, el uso de WhatsApp para tales fines ha aumentado considerablemente. Por tanto, aumentar la alfabetización digital en el país es fundamental. La verificación de hechos ha sido una respuesta importante tanto del gobierno como de los actores privados. También lo han sido los esfuerzos del TSE para detener la aparición de desinformación sistemática. Sin embargo, los observadores temen una profesionalización progresiva de la actividad de las tropas cibernéticas en Costa Rica antes de las elecciones de 2022 dado el pequeño tamaño del país, su alta penetración de Internet y el uso de las redes sociales, así como los débiles sistemas institucionales de ciberseguridad y la poca conciencia de los riesgos a la privacidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüero, M. (15 enero, 2014). Grupo Alianza Costa Rica Pide Advertir a Empleados Sobre José María Villalta. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/grupo-alianza-costa-rica-pide-advertir-a-empleados-sobre-jose-maria-villalta/CR22UO4CUNECTDLPDUYPTRFHTE/story/>
- Alfaro, J. (20 agosto, 2018). Diputada de Restauración Nacional Acuerpa a Asesor que Respaldó Marcha Xenofóbica. *Semanario Universidad*. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/diputada-de-restauracion-nacional-acuerpa-a-asesor-que-respaldo-marcha-xenofobica/>
- Arias Retana, G. (15 enero, 2019). #NoComaCuento: Mayoría de Noticias Falsas Surgió con Elecciones y Reforma Fiscal, durante el 2018. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/mayoria-de-noticias-falsas-surgio-con-elecciones/TUQMI7BUWFCFTANXHTZDTVBWVI/story/>
- Arias Retana, G. y Hidalgo, A. (21 junio, 2019). #NoComaCuento: Noticias Falsas en WhatsApp se Multiplicaron en el Primer Semestre del Año. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/noticias-falsas-en-whatsapp-se-multiplicaron-en-el/6N6P2UP7XNFIJGASUZWJDTJZM4/story/>
- Arias Retana, G. (9 diciembre, 2019). Restauración Nacional Obtuvo Datos Privados de 2,5 Millones de Cotantes sin Consentimiento. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/restauracion-obtuvo-sin-consentimiento-datos/SYADJQEIKRHLTNI76BUMZHJHLI/story/>
- Arias Retana, G. (21 julio, 2019). Noticias Falsas en WhatsApp se Multiplicaron en el Primer Semestre del Año. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/noticias-falsas-en-whatsapp-se-multiplicaron-en-el/6N6P2UP7XNFIJGASUZWJDTJZM4/story/>
- Arrieta, E. (31 marzo, 2016). Frente Amplio Pide a Fiscalía Investigar Incursión de Hacker en Campaña 2014. *La República*. Recuperado de: https://www.larepublica.net/noticia/frente_amplio_pide_a_fiscalia_investigacion_de_hacker_en_campana_2014

⁴³ El escándalo de Cambridge Analytica consistió en la extracción de datos de los perfiles de millones de usuarios de Facebook para crear anuncios políticos micro dirigidos.

- Artavia, S. (18 agosto, 2018). Ola de Noticias Falsas Antecedió Agresiones. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/ola-de-noticias-falsas-antecedio-agresiones/KAC4GDBPIBGSXG5RQ4GACQGTYA/story/>
- Artavia, S. y Solís, G. (18 agosto, 2018). 20 Detenidos por Agresiones Xenofóbicas en San José. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/20-detenidos-por-agresiones-xenofobicas-en-san/WKDKQGKT7RCV7K6ZKOMRFZPXOE/story/>
- BBC Monitoring (30 marzo, 2018). Don't be Fooled' – Busting Fake News in Costa Rica. *BBC Monitoring*. Recuperado de: <https://monitoring.bbc.co.uk/product/cldp0mdj>
- BBC News. (5 febrero, 2018). Costa Rica Goes Into Run-Off as Evangelical Lead. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-42938510>
- Bloomberg News. (12 mayo, 2016). Colombian Election Hacker Moved From Protective Custody. *Bloomberg*. Recuperado de: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-05-12/colombian-election-hacker-moved-from-protective-custody>
- Bolaños, D. (23 julio, 2019). Video de Sindicato Difunde Falsedades Sobre Educación Dual desde el 2016. *Double Check*. Recuperado de: <https://doblecheck.cr/video-de-sindicato-difunde-falsedades-sobre-educacion-dual-desde-el-2016/>
- Bradshaw, S. y Howard, P. N. (2017). Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Social Media Manipulation. *COMPROM Working Paper Series*. Recuperado de: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>
- Bradshaw, S. y Howard, P. N. (2018) Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *COMPROM Working Paper Series*. Recuperado de: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf>
- Cambroner, N. (1 abril, 2016). Hacker Andrés Sepúlveda Informó a Bloomberg de que en Costa Rica Hizo un Trabajo Normal. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/hacker-andres-sepulveda-informo-a-bloomberg-de-que-en-costa-rica-hizo-un-trabajo-normal/NTORSMNFR5AVNEYABH5A7QKQ2A/story/>
- Cambroner, N. (24 mayo, 2018). Encuestas de Opol se hicieron por encargo de Restauración Nacional de cara a segunda ronda. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/encuestas-de-opol-se-hicieron-por-encargo-de/67BL2AJ-D2FGCPHG7CMMIPTCXFU/story/>
- Cambroner, N. (5 agosto, 2014). Estratega de Luis Guillermo Solís recibió 75 millones en premios por ganar las elecciones. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/estratega-de-luis-guillermo-solis-recibio-c-75-millones-en-premios-por-ganar-las-elecciones/EIELTHLXORAWXFNGGDGU4VZFEA/story/>
- Cerdas, D.E. (30 julio, 2019). Dirigente estudiantil 'bromea' con cobre de 'la mensualidad' a Albino Vargas por organizarle bloqueos. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/educacion/dirigente-estudiantil-bromea-con-cobre-de-la/BHXF43XTORFPXLEIZBQM5JA6Y/story/>
- Chesney, R. y Keats Citron, D. (2018). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy and National Security. *California Law Reviews*, 107: 1733.
- Chinchilla Cerdas, S. (2 octubre, 2019). TSE se Alia con Facebook y Twitter Para Combatir Noticias Falsas de Cara a Elecciones Municipales. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-se-alia-con-facebook-y-twitter-para-combatir/CSION76QV5GHFDDUH7KNWPXHMQ/story/>
- Chinchilla Cerdas, S. (2 noviembre, 2018). Tras la Pista de Una Página que Difunde Noticias Falsas en Costa Rica. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/tras-la-pista-de-una-pagina-que-difunde-noticias/OLNERNVJY5GY5IZARECMHWO5TM/story/>
- Chinchilla Cerdas, S. (23 febrero, 2018). Fabricio Alvarado se Acerca a Estratega de Campaña de Luis Guillermo Solís y Antonio Álvarez. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/fabricio-alvarado-se-acerca-a-estratega-de-campana/DQW2JQCKMBDVXHGZMZEMYSKHLU/story/>
- Chinchilla Cerdas, S. (28 julio, 2019). Extrañas Alianzas Impulsan Protestas. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/extranas-alianzas-impulsan-protestas/YBMDGEGQ6BBGVGTCQ53VERRRDY/story/>
- Chinchilla Cerdas, S. y Oviedo, E. (5 enero, 2018). #NoComaCuento: Juan Diego Castro cuestionó al presidente del TSE con base en una premisa falsa. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/juan-diego-castro-cuestiono-al-presidente-del-tse/2N6V5M3WDZEAZFGVZYZBWPW2M/story/>
- Chinchilla Cerdas, S.; Sequeira, A. y Oviedo, E. (31 julio, 2019). Página ligada a presidente de partido Fabricista difunde noticia falsa sobre aumento del IVA. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/pagina-ligada-a-presidente-de-partido-fabricista/IAXW7HSMFJGCF37D5ALQE5LQ4/story/>
- Chinchilla, D. (23 febrero, 2019). Carolina Hidalgo Divulgó Información Imprecisa Sobre Rifles de Alto Calibre. *Doble Check*. Recuperado de: <https://doblecheck.cr/carolina-hidalgo-divulgo-informacion-imprecisa-sobre-rifles-de-alto-calibre/>

- CIEP. (2014). *Electoral opinion poll*. University of Costa Rica: San José.
- CIEP. (2019). *Informe de Resultados de Estudio de Opinión Sociopolítica – Audiencias Noticiosas de Medios Digitales*. University of Costa Rica: San José. Recuperado de: http://cicom.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2019/07/Informe-Audiencias-noticiosas-de-medios-digitales.pdf?fbclid=IwAR3FTLuEY9oDYd_4jdqgNysgsX0JiQFmx3Fz5Mgdb-zSHfOk1APYQ2dto_c
- Colburn, F. y Cruz, A. (2018). Latin America's Shifting Politics: The Fading of Costa Rica's Old Parties. *Journal of Democracy*, 29 (4): pp. 43-53.
- CrHoy.com (18 agosto, 2018). Videos: Fuera Alvarado Gritan Manifestantes en la Merced. *CrHoy.com* Recuperado de: <https://www.crhoy.com/nacionales/videos-fuera-alvarado-gritan-manifestantes-en-la-merced/>
- Cruz Romero, R. (2015). Social Networks and Politics: The Use of Facebook in the Costa Rican 2014 Presidential Election. *International Journal for e-Learning Security (IJeLS)* 5 (2).
- Diario Extra. (5 agosto, 2020). Utilizan Logo de Diario Extra para montar Noticias Falsas. *Diario Extra*. Recuperado de: <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/409933/utilizan-logo-de-diario-extra-para-montar-noticias-falsas>
- El País. (1 abril, 2016). El Hacker Colombiano que Incomoda a Varios Gobiernos de América Latina. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2016/04/01/america/1459533039_924819.html
- Gallagher, E. (9 febrero, 2018). *Interview with Colombian Hacker Andrés Sepúlveda*. Recuperado de: https://medium.com/@erin_gallagher/interview-with-colombian-hacker-andr%C3%A9s-sep%C3%BAveda-f985fe860f7f
- Gobierno Aclara. (31 julio, 2018). Ministerio de Comunicación Lanza Plataforma Digital Contra la Desinformación. Recuperado de: <https://aclaraciones.presidencia.go.cr/ministerio-de-comunicacion-lanza-plataforma-digital-contra-la-desinformacion/>
- Grosser, S.M. (9 enero, 2018). *A Trump in the Tropics? Why a Demagogue Became the Leading Contender in Costa Rica's Upcoming Election*. OXPOL. Recuperado de: <https://blog.politics.ox.ac.uk/a-trump-in-the-tropics-why-a-demagogue-became-the-leading-contender-in-costa-ricas-and-what-this-means-for-the-upcoming-election/>
- Hern, A. (7 abril, 2020). WhatsApp to Impose new Limit on Forwarding to Fight Fake News. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/07/whatsapp-to-impose-new-limit-on-forwarding-to-fight-fake-news>
- Hidalgo, A. (4 mayo, 2019). ¿Cómo la desinformación se filtró en las elecciones de Brasil, México, El Salvador, Colombia y Costa Rica? *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/como-la-desinformacion-se-filtro-en-las/2HOZ6CJV4JGVPFKHCARQCTGFQY/story/>
- Howard, P. N. (2020). *Lie Machines – How to save democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. New Haven: Yale University Press.
- Interamerican Court of Human Rights. (2017). *State Obligations Concerning Change of Name, Gender Identity, and Rights Derived from a Relationship Between Same-Sex Couples* (Interpretation and Scope of Articles 1(1), 3, 7, 11(2), 13, 17, 18 and 24, in relation to Article 1, of the American Convention on Human Rights), Advisory Opinion OC-24/17, Inter-Am. Ct. H.R. (ser. A) No. 24. Recuperado de: http://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_24_eng.pdf
- Inter-American Development Bank. (2020). *Reporte Ciberseguridad 2020 – Riesgos, Avances y el Camino a Seguir en América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Reporte-Ciberseguridad-2020-riesgos-avances-y-el-camino-a-seguir-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Costa Rica*. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-costa-rica#:~:text=There%20were%203.76%20million%20internet,at%2074%25%20in%20January%202020>
- La Nación. (14 febrero, 2016). Iván Barrantes: Del Triunfo con Luis Guillermo Solís, a la Debacle del Libertario. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/ivan-barrantes-del-triunfo-con-luis-guillermo-solis-a-la-debacle-del-libertario/CH4WHIUFS5BDVMFC7TOTFTNQNI/story/>
- Latinobarómetro. (2018). *Informe 2018*. [PDF].
- Loaiza, V. (23 octubre, 2019). Página de Detenido por Explosiones Atacaba a Grupos LGBTI y Migrantes con Noticias Falsas. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/sucesos/crimenes/pagina-de-detenido-por-explosiones-atacaba-a/DASL6QUH5JEJRLI2OFXNNRAJOM/story/>
- Madrigal, L.M. (27 febrero, 2020). Abogado Denuncia que la UPAD Espió y con Troles Bloquearon sus Redes Sociales. *Delfino*. Recuperado de: <https://delfino.cr/2020/02/abogado-denuncia-que-la-upad-le-espio-y-con-troles-bloquearon-sus-redes-sociales>
- Madrigal, R.Q. (28 noviembre, 2017). Juan Diego Castro Presenta Denuncia Privada Sobre Fraude Electoral. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/juan-diego-castro-presenta-denuncia-privada-sobre/DBZDI3XXWNCABHUEPT6VYTVVWA/story/>

- Mayorga, A. (30 junio, 2018). Buenos Días De Debajo de la Mesa. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/opinion/columnistas/buenos-dias-de-abajo-de-la-mesa/E6D72LBB6RAL3JDABOUOMPGXY4/story/>
- Mojica, Y. (29 agosto, 2018). San José's Little Nicaragua: La Merced Park After the Hate. *Tico Times*. Recuperado de: <https://ticotimes.net/2018/08/29/san-joses-little-nicaragua-la-merced-park-after-the-hate>
- Mora, A. (22 febrero, 2019). Congreso Enciende Nueva Polémica por Tendencia de Armas. *Delfino*. Recuperado de: <https://delfino.cr/2019/02/congreso-enciende-nueva-polemica-por-tenencia-de-armas>
- Mora, A. (9 diciembre, 2019). Restauración, el TSE y los polémicos mensajes de texto de 126 millones. *Delfino*. Recuperado de: <https://delfino.cr/2019/12/restauracion-el-tse-y-los-126-millones-en-mensajes-de-texto-que-el-tribunal-se-niega-a-pagar>
- Mora, J.A. (30 enero, 2019). Gustavo Arias, Fundador de Proyecto #NoComaCuento de 'La Nación' recibe mención honorífica en Premio Nacional de Periodismo. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cultura/gustavo-arias-fundador-de-proyecto-nocomacuento/X7I7YEF5JBGZJ2EZ6KPLKZDY/story/>
- Murillo, A. (28 junio, 2015). Entrevista con Iván Barrantes, Exconsejero de Luis Guillermo Solís: 'Nadie sabe bien qué es el cambio político'. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/entrevista-con-ivan-barrantes-exconsejero-de-luis-guillermo-solis-nadie-sabe-bien-que-es-el-cambio-politico/ROTLIY2ZIFBPVOBDEPB27XY3BI/story/>
- OAS. (5 febrero, 2018). *OAS Electoral Observation Mission in Costa Rica says that the Costa Rican electoral system is robust*. Recuperado de: <http://www.oas.org/documents/eng/press/Informe-Preliminar-MOE-CR-2018-Eng.pdf>
- OAS Press Release. (3 febrero, 2014). *Preliminary Report of the Electoral Observation Mission of the OAS in Costa Rica*. Recuperado de: https://www.oas.org/en/media_center/press_release.asp?sCodigo=E-032/14
- Organization of American States (OAS). (2018). *Electoral Observation Mission National Elections Costa Rica – Final Report*. OAS: Washington DC.
- Robertson, J.; Riley, M. y Willis, A. (31 marzo, 2016). How to Hack an Election. *Bloomberg*. Recuperado de: <https://www.bloomberg.com/features/2016-how-to-hack-an-election/>
- Robles, M. (26 agosto, 2019). #NoComaCuento: Páginas Xenofóbicas Crecen en Facebook a un Año. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/no-coma-cuento/paginas-xenofobicas-crecen-en-facebook-a-un-ano/W3X2KQNTCNEZ5G4M4UXHWL33PY/story/>
- Ruiz Valerio, J.F. (2017). Los desafíos de la consolidación electoral: El caso del Tribunal Supremo de Elecciones. *Derecho Electoral*, No. 23. Recuperado de: https://www.tse.go.cr/revista/art/23/ruiz_valerio.pdf
- Sequeira, A. y Chinchilla Cerdas, S. (31 julio, 2019). Jonathan Prendas Defiende Noticia Falsa Sobre Alza del IVA en Sitio Web Ligado a él. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/jonathan-prendas-defiende-noticia-falsa-sobre-alza/REH5KMKUOJC43HKI6HOFPUTVYE/story/>
- Smith, H. y Mansted, K. (2020). *Weaponised Deep Fakes: National Security and Democracy*. Research Report (Australian Strategic Policy Institute, Apr. 1, 2020), p. 21.
- Sonneland, H. K. (18 enero, 2018). *Explainer – Costa Rica's 2018 Election*. (Americas Society/Council of the Americas: 2018 Election Guide). Recuperado de: <https://www.as-coa.org/articles/explainer-costa-ricas-2018-elections>
- The Dialogue. (6 enero, 2018). *How Much is Fake News Influencing Latin Elections?* (Latin America Advisor). Recuperado de: <https://www.thedialogue.org/analysis/how-much-is-fake-news-influencing-latin-elections/>
- The Tico Times. (19 agosto, 2018). False Social Media Posts Preceded Anti-Immigrant Protest in Costa Rica. *Tico Times*. Recuperado de: <https://ticotimes.net/2018/08/19/false-social-media-posts-preceded-anti-immigrant-protest-in-costa-rica>
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2018). *Documento: TSE DFPP-EE-RA-001/2018*.
- UCR Noticias. (20 diciembre, 2017). *Castro y Álvarez consiguen empate técnico en última encuesta del año*. Recuperado de: <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2017/12/20/castro-y-alvarez-consiguen-empate-tecnico-en-ultima-encuesta-del-ano.html>
- Zúñiga, A. (1 agosto, 2019). Costa Rica Launches Platform Dedicated to Fighting Fake News. *Tico Times*. Recuperado de: <https://ticotimes.net/2019/08/01/costa-rica-launches-platform-dedicated-to-fighting-fake-news>

Páginas web y bases de datos consultados

- Doble Check Costa Rica. Recuperado de: <https://doblecheck.cr/>
- Global Stats. (2009). Recuperado de: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/costa-rica/>
- Gobierno Aclara. Recuperado de: <http://aclaraciones.presidencia.go.cr/>
- Latino Barómetro Database (varios años). Recuperado de: <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>